

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH  
USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA *YOUTUBE*  
(Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Raden Intan Lampung)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Ilmu Dakwah Dan Komunikasi

**Oleh**

**SITI DEWI WULANDARI**

**NPM : 1441010196**

**Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1439 H/ 2018 M**

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH  
USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA *YOUTUBE***

**(Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Raden Intan Lampung)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Ilmu Dakwah Dan Komunikasi

**Oleh**

**SITI DEWI WULANDARI**

**NPM : 1441010196**

**Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Pembimbing I : Dr. Fitri Yanti, MA

Pembimbing II : Bambang Budiwiranto, M.Ag, MA(AS)Ph.D

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1439 H/ 2018 M**

## **ABSTRAK**

### **PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA *YOUTUBE***

**OLEH  
SITI DEWI WULANDARI**

Retorika dakwah merupakan seni bicara seorang da'i untuk mempengaruhi orang lain (mad'u) melalui pesan dakwah atau seni berbicara dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dalam penelitian ini penulis menanyakan pendapat mahasiswa terhadap retorika dakwah seorang da'i. Dengan rumusan masalah persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara (interview) dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif yakni data yang terkumpul, dipilih kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan. Dengan jumlah Populasi 199 orang, kemudian diambil Sample 9 orang dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Pengembangan Masyarakat Islam dengan teknik *accidental Sampling*.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan mengenai retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*, bahwasannya ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa teknik retorika, diantaranya yaitu: *Persuasif* (mempengaruhi khalayak melalui psikologis), *rekreatif* (menghibur khalayak dengan humor-humor yang segar), dan *logos* (meyakinkan khalayak melalui logika).

Kemudian persepsi mahasiswa yang menyatakan bahwa ustadz Abdul Somad dalam video dakwahnya di *YouTube* menggunakan gaya bahasa sehari-hari dan menyesuaikan dengan kondisi mad'u. Serta ustadz Abdul Somad memiliki gaya suara yang khas, seperti logat daerah asalnya yaitu logat melayu dan artikulasi atau pelafalan yang jelas. Sehingga apa yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad mudah untuk dimengerti dan dipahami.

**Kata Kunci : Persepsi, Retorika Dakwah, Abdul Somad, Youtube**



**PERSETUJUAN**

Judul : **PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA  
DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA YOUTUBE**  
(Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN  
Raden Intan Lampung)

Nama : **Siti Dewi Wulandari**  
NPM : **1441010196**  
Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk di Munagasyahkan dan di pertahankan dalam sidang Munagasyah  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

**Bandar Lampung, 2018**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Fitri Yanti, MA**  
**NIP.197510052005012003**

**Bambang Budiwiranto, Ph.D**  
**NIP. 197303191997031001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Bambang Budiwiranto, M.Ag., MA(AS), Ph.D**

**NIP: 197303191997031001**





**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Hendro Suratminto, UIN Raden Intan Lampung Graha Fakultas Dakwah (35131)

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **“PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA YOUTUBE (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN raden Intan Lampung)”**, disusun oleh: Siti Dewi Wulandari, NPM: 1441010196, Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: Selasa, 07 Agustus 2018.

**TIM DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos.M.Sos.I

Sekretaris : Septy Anggrani, M.Pd

Penguji I : Prof. Dr. H.M. Nador, M.Si

Penguji II : Dr. Fitri Yanti, MA

Mengesahkan

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.S

NIP.196104091990031002



## MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ  
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl 125)

## **PERSEMBAHAN**

Teriring do'a dan rasa syukur kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai tanda bakti dan cinta kasihku yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua, Ibunda Sugiyah dan Ayahanda Margono yang selama ini memberikan do'a, semangat, bimbingan, dan tak pernah lelah untuk mengingatkanku dalam segala hal kebaikan.
2. Kakak serta adik ku tersayang: Kakak Andri Saputra, Amd.Kom dan Adik Putri Nurmala Sari, terimakasih atas motivasi dan semangatnya selama ini untuk segera menyelesaikan Pendidikan S1.
3. Teruntuk sahabat-sahabatku, Dzakiah Azizah Luthfiyana, Miranti Dwi Jaliani, Irena Fitri Andriani dan Melia Uswatun Khasanah yang telah bersama kurang lebih 10 tahun (Mts, MA, Kuliah), dan Fia Ayu Handadari yang selalu memberikan ide-ide cemerlang, semoga tetap terjalin silaturahmi antara kita.
4. Untuk Heru, terimakasih karena telah membantu, menyumbangkan pemikiran, memberikan semangat, dan memberikan do'a terbaiknya untuk menyelesaikan skripsi ini.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Kalianda, Lampung Selatan pada tanggal 13 Mei 1996.

Anak ke-dua dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Margono dan Ibu Sugiyah.

Adapun pendidikan yang telah ditempuh penulis dimulai tahun 2002:

1. SD Negeri 01 DWT JAYA Tulang Bawang lulus tahun 2008
2. MTs Diniyyah Putri Lampung Pesawaran lulus tahun 2011
3. MA Diniyyah Putri Lampung Pesawaran lulus tahun 2014. Dan pada tahun yang sama penulis masuk di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).

Bandar Lampung,      Oktober 2018.

Hormat Saya,

Siti Dewi Wulandari



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur, tasbih, tahmid, tahlil dan takbir kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Shalawat serta salam senantiasa penulis hanturkan kepada Nabi Muhammad SAW, teladan terbaik dalam segala urusan, pemimpin revolusioner dunia menuju cahaya kemenangan dunia dan akhirat, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Adapun judul skripsi ini adalah **“PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA *YOUTUBE* (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)”**.

Skripsi ini dapat penulis selesaikan atas bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Bambang Budi Wiranto, M.Ag, MA(AS)Ph.D sebagai Ketua Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung sekaligus pembimbing II dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti,S.Sos,M.Sos.I selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dr. Fitri Yanti,MA selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya serta dengan sabar dan bijak dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama proses menyelesaikan studi.
6. Pimpinan dan para petugas perpustakaan UIN Raden ntan Lampung.
7. Beberapa mahasiswa KPI dan PMI yang telah bersedia dan membantu penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan.
8. Sahabat sekaligus saudara seperjuangan, KPI A angkatan 2014 terimakasih atas persahabatan. Semoga kita mendapatkan apa yang kita impikan di masa depan.
9. Almamaterku tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung tempat penulis menimba ilmu dan mencari pengalaman hidup.
10. Segenap pihak yang belum disebutkan diatas yang juga telah memberikan sumbangsih kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya ungkapan do'a terucap dengan ikhlas, mudah-mudahan seluruh jasa baik moril maupun materil berbagai pihak, dinilai baik oleh Allah SWT. Penulis sadari skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis harapkan kepada para

pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat lebih baik.

Bandar Lampung,     Oktober 2018

Penulis

**Siti Dewi Wulandari**  
**NPM.1441010196**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

## BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
F. Metode Penelitian .....	13
G. Tinjauan Pustaka .....	19

## BAB II PERSEPSI DAN RETORIKA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

A. PERSEPSI	
1. Pengertian Persepsi.....	23
2. Bentuk-bentuk Persepsi .....	26
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	27
4. Proses Terjadinya Persepsi.....	31
B. RETORIKA DAKWAH	
1. Pengertian Retorika .....	33
2. Pembagian Retorika .....	35
3. Teknik Retorika.....	36
4. Manfaat Retorika.....	39
5. Pengertian Retorika Dakwah.....	42
6. Tujuan Retorika Dakwah.....	46

7. Aspek Pendukung Retorika Dakwah.....	48
<b>C. MEDIA SOSIAL</b>	
1. Pengertian Media Sosial.....	51
2. Jenis-jenis Media Sosial .....	53
3. <i>YouTube</i> .....	57
 <b>BAB III PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD</b>	
<b>A. PROFIL FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI</b>	
1. Sejarah Singkat Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	60
2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	63
3. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	63
<b>B. BIOGRAFI USTADZ ABDUL SOMAD</b>	
1. Biografi Singkat Ustadz Abdul Somad .....	65
2. Karya Ilmiah Ustadz Abdul Somad .....	70
3. Metode Ceramah Ustadz Abdul Somad .....	74
<b>C. Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media <i>YouTube</i>.....</b>	
	76
 <b>BAB IV ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA <i>YOUTUBE</i> .....</b>	
	83
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	91
B. Saran.....	92
C. Penutup.....	93

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1	Data Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
---------	----------------------------------------------------



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Daftar Nama Sampel
Lampiran 2	Pedoman Pengumpulan Data
Lampiran 3	Surat Keputusan Judul Skripsi
Lampiran 4	Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Lampiran 5	Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran 6	Surat Rekomendasi Penelitian atau Survey
Lampiran 7	Surat Keterangan Judul Skripsi
Lampiran 8	Gambar Dokumentasi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
F. Metode Penelitian .....	13
G. Tinjauan Pustaka .....	19

### BAB II PERSEPSI PADA RETORIKA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

A. PERSEPSI	
1. Pengertian Persepsi.....	23
2. Bentuk-bentuk Persepsi.....	26
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	27
4. Proses Terjadinya Persepsi.....	31
B. RETORIKA DAKWAH	
1. Pengertian Retorika .....	33
2. Pembagian Retorika .....	35
3. Teknik Retorika.....	36
4. Manfaat Retorika.....	39
5. Pengertian Retorika Dakwah.....	42

6. Tujuan Retorika Dakwah .....	46
7. Aspek Pendukung Retorika Dakwah.....	48

### C. MEDIA SOSIAL

1. Pengertian Media Sosial.....	51
2. Jenis-jenis Media Sosial .....	53
3. <i>YouTube</i> .....	57

## **BAB III PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI TERHADAP RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD**

### A. PROFIL FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

1. Sejarah Singkat Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	60
2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	63
3. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	63

### B. BIOGRAFI USTADZ ABDUL SOMAD

1. Biografi Singkat Ustadz Abdul Somad.....	65
2. Karya Ilmiah Ustadz Abdul Somad .....	70
3. Metode Ceramah Ustadz Abdul Somad.....	74

### C. Persepsi Mahasiwa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media *YouTube* .....

76

## **BAB IV ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA**

### ***YOUTUBE*.....83**

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	91
B. Saran.....	92
C. Penutup.....	93

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Sebelum penulis menjelaskan secara keseluruhan isi penelitian ilmiah ini terlebih dahulu akan dijelaskan apa yang dimaksud dari judul penelitian ilmiah. Adapun judul penelitian ilmiah yaitu **“PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA *YOUTUBE* (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)”**, maksud judul tersebut dapat ditegaskan sebagai berikut.

Persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya.<sup>1</sup> Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*).<sup>2</sup>

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi.<sup>3</sup> Mahasiswa yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Tahun angkatan 2014 yang masih aktif dalam mengikuti perkuliahan di semester 8, meliputi jurusan KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) dan PMI (Pengembangan Masyarakat Islam)

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Cetakan ke-4* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 863

<sup>2</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi, Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), h. 51

<sup>3</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Op.Cit.* h. 697

yang pernah atau sering melihat video ustadz Abdul Somad di media *YouTube*. Hal itu disebabkan karena menurut penulis, mereka sudah memiliki ilmu dan pengetahuan yang cukup mengenai retorika, baik secara teori maupun praktek.

Retorika dakwah berasal dari dua kata yaitu retorika dan dakwah. Retorika berarti kesenian untuk berbicara baik (*kunst, gut zu reden* atau *rs bene dicendi*), yang dicapai berdasarkan bakat alam (talenta) dan keterampilan teknis (*ars, techne*).<sup>4</sup> Sedangkan menurut bahasa, dakwah berarti panggilan, seruan atau ajakan.<sup>5</sup> Jika digabungkan keduanya maka retorika dakwah adalah seni bicara mempengaruhi orang lain melalui pesan dakwah. Retorika dakwah merupakan seni berbicara dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar.<sup>6</sup>

Ustadz Abdul Somad adalah seorang pendakwah yang berasal dari Pekanbaru, Riau. Beliau sering mengulas berbagai macam persoalan agama.<sup>7</sup> Penulis mengambil tokoh ustadz Abdul Somad karena beliau merupakan seorang ustadz yang memiliki referensi yang kuat ketika menyampaikan materi dakwah, pengetahuan yang dalam mengenai agama, dan selalu menggunakan bahasa yang sederhana, sehingga isi ceramahnya pun mudah dimengerti oleh berbagai kalangan.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang

---

<sup>4</sup> Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), h. 14

<sup>5</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 1

<sup>6</sup> Abdullah, *Retorika Dan Dakwah Islam*, Jurnal Dakwah, Vol X, No 1, (2009) h. 113

<sup>7</sup> Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Abdul Somad, Lc., MA Ustadz Zaman Now*, (Yogyakarta: Mutiara Media, 2018), h. 21

bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga.<sup>8</sup> Media yang dimaksud dalam skripsi ini adalah media online yang banyak digunakan oleh masyarakat, yaitu media *YouTube*.

*YouTube* adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal. Para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis.<sup>9</sup> Penulis mengambil media *YouTube* karena media ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan, khususnya di kalangan mahasiswa, dan untuk mengaksesnya pun dapat dilakukan dimana saja.

Berdasarkan penegasan judul di atas, maksud judul skripsi ini adalah suatu penelitian lapangan yang membahas penyampaian dakwah ustadz Abdul Somad dari segi gaya bahasa, materi yang menarik dan gaya suara beliau dalam berdakwah di media *YouTube*. Selain itu penulis juga ingin mengetahui tanggapan para mahasiswa terhadap gaya bahasa yang digunakan oleh beliau.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun alasan penulis memilih judul ini adalah sebagai berikut:

1. Ustadz Abdul Somad adalah tokoh ulama lokal dari Riau yang menjadi terkenal karena banyak video ceramahnya viral di beberapa media sosial,

---

<sup>8</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 137

<sup>9</sup> Muh. Siswa. R, *Penggunaan YouTube Sebagai Electronic Public Relation*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 3, No 2, (2015) h. 18

salah satunya yaitu di media *YouTube*. Materi ceramahnya berisi, terinci, sistematis, argumentatif, dan secara umum mempresentasikan wajah Islam yang lebih moderat. Humornya yang dilontarkan secara spontan juga segar dan menyegarkan, serta beliau adalah sosok yang tawadhu'. Hal ini yang membuat ustadz Abdul Somad dikenal dan ceramahnya disukai oleh berbagai kalangan.

2. Pokok bahasan yang mengenai judul skripsi ini sangatlah relevan dengan disiplin ilmu Jurusan dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Literatur dan bahan-bahan yang mendukung dalam penelitian lapangan ini banyak tersedia, baik secara Observasi, Interview maupun Dokumentasi sehingga mampu menunjang penulis dalam melakukan penelitian ini.

### **C. Latar Belakang Masalah**

Ustadz Abdul Somad adalah seorang ustadz yang namanya populer sejak pertengahan tahun 2017 lalu. Beliau adalah seorang ustadz yang sederhana, baik dari pakaian maupun tingkah lakunya, ramah kepada masyarakat, selalu tampil prima, dan bukan tipe ustadz yang kharismatik. Inilah sebab mengapa banyak orang yang menyukai ustadz Abdul Somad. Ustadz yang sering di panggil dengan sebutan UAS (Ustadz Abdul Somad) ini menjadi terkenal karena video-video ceramahnya selalu menghiasi beberapa media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *YouTube*.

Ustadz Abdul Somad sering mengulas berbagai macam persoalan agama, khususnya kajian ilmu hadis dan ilmu fikih. Beliau juga banyak membahas

mengenai nasionalisme dan berbagai masalah yang paling diperbincangkan oleh kalangan masyarakat. Namanya dikenal publik karena Ilmu dan kelugasannya dalam memberikan penjelasan dalam menyampaikan dakwah yang disiarkan melalui saluran *YouTube*.<sup>10</sup>

Dakwah Ustadz Abdul Somad banyak disukai oleh berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga orang tua. Karena isi materi dakwahnya mudah dipahami, selalu diselengi humor spontan yang segar, memiliki referensi yang kuat, baik dari al-qur'an dan hadis maupun para ulama-ulama terdahulu, dan cara membawakannya pun mahir, sehingga inilah yang membedakan ustadz Abdul Somad dengan ustadz lainnya.

Dakwah berarti mengajak dan menyeru, baik kepada kebaikan maupun kemusyrikan, kepada jalan ke surga atau ke neraka.<sup>11</sup> Adapun definisi dakwah dalam Islam ialah mengajak ummat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.<sup>12</sup> Kewajiban pertama umat Islam itu ialah menggiatkan dakwah agar agama dapat berkembang baik dan sempurna sehingga banyak pemeluk-pemeluknya.

Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Imran ayat 104

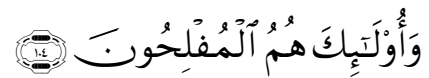
وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ

---

<sup>10</sup> Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Op.Cit*, h. 21

<sup>11</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), h. 6

<sup>12</sup> Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), h. 13



Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang munkar mereka itulah orang-orang yang beruntung”.<sup>13</sup>

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah memerintahkan umat Islam agar diantara mereka ada sekelompok orang yang bergerak dalam bidang dakwah yang selalu memberi peringatan apabila nampak gejala-gejala perpecahan dan pelanggaran terhadap ajaran agama, dengan jalan mengajak dan menyeru manusia untuk melakukan kebajikan, menyuruh kepada ma'ruf dan mencegah yang mungkar.

Kita sebagai umat Islam memang diwajibkan untuk berdakwah, namun kita juga harus memperhatikan tatanan serta cara yang terbaik dalam sebuah ladang dakwah, baik pada tempat, waktu, dan objek. Tidak sembarang da'i dapat menyampaikan pelajaran, namun harus diiringi dengan cara yang baik dan indah, dan kebaikan itu bisa didapatkan di dalam menyeleksi obyek yang tepat, metode yang menarik, waktu dan tempat yang sesuai, sehingga dapat menyentuh hati dan perasaan bagi siapa saja yang mendengarnya.

Bagi seorang da'i ketika akan berdakwah pemilihan serta penguasaan materi memang sangat dibutuhkan, namun itu saja tidak cukup untuk menjadikan dakwah diterima oleh mad'u. Seorang da'i haruslah mengemas pesan dakwah agar dapat mencapai target keberhasilan. Kemampuan memilih dan mengolah

---

<sup>13</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Syaamil Quran, 2012), h. 63



kata serta mampu mengungkapkan dengan gaya yang tepat dan mengesankan inilah yang disebut dengan retorika.

Retorika merupakan suatu gaya atau seni berbicara, baik yang dicapai berdasarkan bakat alami atau talenta, maupun berdasarkan keterampilan teknis.<sup>14</sup> Retorika merupakan seni seorang da'i atau komunikator dalam menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak atau para audiens agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik tanpa ada unsur paksaan.<sup>15</sup>

Retorika dakwah dapat dimaknai sebagai pidato atau ceramah yang berisikan pesan dakwah yakni ajakan kejalan Allah. Sebagaimana dijelaskan dalam surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.<sup>16</sup>

Ayat di atas merupakan acuan bagi pelaksana retorika dakwah. Ada tiga cara yang terkandung dalam ayat diatas: metode *al-hikmah* yaitu kemampuan dan ketepatan da'i dalam memilih serta memilah dan menyelaraskan teknik dakwah

<sup>14</sup> Been Rafanani, *Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara*, (Yogyakarta: Araska, 2017), h. 8

<sup>15</sup> Dwi Candor Trio, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncangkan Dunia*, (Yogyakarta: Irtikaz, 2010), h. 5

<sup>16</sup> Kementrian Agama RI, *Op.Cit, Q.S. An-Nahl*, h. 281

dengan kondisi objektif mad'u. *Mau'idzatul hasanah* yaitu pelajaran yang baik. Dan *al-mujadalah* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak yang dilakukan secara sinergis.

Metode retorika dakwah ustadz Abdul Somad adalah dakwah *bil-mau'idhah hasanah* yang sering diartikan dengan pelajaran yang baik, dipraktikan dalam bentuk cara ceramah keagamaan. Nasihat tentang kebaikan adalah kunci dalam metode dakwah yang dilakukan beliau. Salah satu bentuk pemberian nasihat adalah dengan cara memberi ceramah keagamaan. Sebagai salah satu pengembangan konsep ini adalah pemberian materi yang sangat baik, dalam arti materi yang mendorong orang untuk melakukan kebaikan.<sup>17</sup>

Saat ini ustadz Abdul Somad mampu membius masyarakat dengan retorika yang digunakannya dalam berdakwah. Dengan penyesuaian tinggi rendahnya nada, bahasa tubuh yang sinkron dengan isi, ditambah beliau kaya dengan perbendaharaan kata, penjabaran yang luas, sumber atau referensi kitab yang begitu banyak, segudang pengalaman dan perjalanan hidup, serta kisah-kisah menarik yang dituangkannya ketika sedang berdakwah. Menjadikan setiap ceramah beliau dapat di kemas dengan renyah dan menarik.<sup>18</sup>

Sebagai pembicara, ustadz Abdul Somad tidak hanya menempatkan masyarakat pada posisi penting dalam pembicaraan, tapi juga memenuhi tiga teori

---

<sup>17</sup> Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Op.Cit*, h. 26

<sup>18</sup> Rekam Jejak Retorika Dan Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad" (On-line), tersedia di: <https://steemit.com/aceh/@hafid/rekam-jejak-retorika-dan-dakwah-ustadz-abdul-somad-lc-ma-2017729t0221657z> (1 Juli 2018)

penting dalam *public speaking*, yakni *ethos*, *pathos* dan *logos*. Menurut Aristoteles dalam buku Jalaluddin Rakhmat, yang dimaksud dengan *ethos* adalah memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat. *Pathos* adalah dapat menyentuh hati khalayak. Dan *logos* adalah meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti.<sup>19</sup> Dengan menggunakan pendekatan seperti ini, ceramah ustadz Abdul Somad bisa diterima dan disukai oleh jamaahnya. Jadi tidak heran jika akun *YouTube*-nya, *Tafaquh video* dilihat lebih dari 78 juta kali,<sup>20</sup> sehingga beliau mendapat julukan ”*da'i sejuta view*”.

Retorika dakwah ustadz Abdul Somad yang lain yaitu dalam menyampaikan materi dakwah, beliau masih sangat kental dengan logat atau nada bicara dari daerah asalnya, yaitu bahasa melayu. Selain itu, beliau juga bisa menempatkan diri sesuai pendengarnya. Sehingga analogi yang dilontarkan, maupun materinya terstruktur dan mudah di pahami oleh jamaah.

Dakwah memiliki tantangan yang besar pada Era Globalisasi saat ini, terutama sejak berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Disamping itu, media massa sebagai hasil dari IPTEK juga memberikan manfaat yang besar dalam perkembangan dan kemajuan dakwah Islam. Berdakwah melalui media merupakan kajian salah satu unsur dakwah, yaitu media dakwah.

---

<sup>19</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h. 7

<sup>20</sup> Sumber: [www.youtube.com/tafaquhvideo](http://www.youtube.com/tafaquhvideo) (25 Juli 2018)

Dimana media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan.<sup>21</sup>

Zaman sekarang banyak sekali para pendakwah yang memodifikasi metode dakwahnya dan menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya, salah satunya yaitu media *YouTube*. *YouTube* adalah media yang efektif untuk digunakan berdakwah karena bukan hanya audio saja yang disajikan, tetapi audio dan visual. Jadi masyarakat dapat mendengarkan dan menyimak dakwahnya sekaligus melihat gambarnya. Dengan adanya situs *YouTube* maka mempermudah penggunaanya dalam mengakses video yang sedang *viral* dan ingin dilihat kapanpun dan dimanapun tanpa harus menunggu munculnya di televisi. Karena pemilihan media yang tepat, maka akan menunjang keberhasilan dakwah bagi setiap para da'i.

Seperti ustadz Abdul Somad yang berhasil memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendongkrak popularitasnya dengan cara berdakwah. Video-video dakwah beliau yang di unggah ke media *YouTube* banyak dibagikan oleh para pengguna internet ke berbagai media sosial lainnya. Salah satu contoh video dakwahnya yang berjudul “Ustadz Abdul Somad Tanggapi Puisi Sukmawati” ini dibagikan melalui akun *YouTube Media Islami* berdurasi 8 menit 23 detik dan sudah 4,8 juta kali ditonton. Video ini pun sempat menjadi *trending topic* atau paling banyak ditonton oleh warganet. Namun tak heran karena dari 265,4 juta

---

<sup>21</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit*, h. 51

penduduk di Indonesia, 43% masyarakat menggunakan media *YouTube*.<sup>22</sup> Hal ini yang menyebabkan ustadz Abdul Somad semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Pada umumnya, *YouTube* merupakan salah satu situs *web* yang digemari oleh berbagai kalangan, khususnya kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan orang yang belajar di Perguruan Tinggi.<sup>23</sup> Banyak mahasiswa yang menggunakan media *YouTube* sebagai salah satu media pembelajarannya. Seperti mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pun kebanyakan dari mereka menggunakan media *YouTube* dalam mencari video-video dakwah, kemudian di pelajari bagaimana materi, gaya bahasa serta penyampaian pesan yang baik agar diterima oleh mad'u. Karena biasanya mahasiswa yang sudah mendekati tingkat akhir akan melakukan praktek secara langsung di lingkungan masyarakat.

Berangkat dari pemaparan di atas, penulis tergugah untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*, dalam penelitian ini penulis mengambil studi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

#### **D. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah Ustadz Abdul Somad di media *YouTube*.”

---

<sup>22</sup> <http://globalwebindex.com> (7 Agustus 2018)

<sup>23</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Op.Cit*, h. 863

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini sebagai atas rumusan masalah yang diterapkan, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah Ustadz Abdul somad di media *YouTube*.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

#### **a. Seacara Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap penelitian selanjutnya di bidang retorika dakwah, terutama bagi sivitas akademika Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, khususnya di bidang Komunikasi Penyiaran Islam.

#### **b. Secara Praktis**

Diharapkan penelitian dapat memperkaya khasanah keilmuan yang positif kepada khalayak umum. Dan dapat menjadi pijakan bagi pelaksana dakwah.



## F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan.<sup>24</sup>

Adapun metode yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian jenis lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam kancan kehidupan yang sebenarnya, penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat ditengah masyarakat.<sup>25</sup>

Tujuan penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.<sup>26</sup>

Penulis menggunakan metode ini karena ingin memperoleh gambaran di lapangan mengenai persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Tahun angkatan 2014 terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*.

---

<sup>24</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 9

<sup>25</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosiasl*, Cet. VII (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 32

<sup>26</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2013), h. 46

### b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.<sup>27</sup> Metode deskriptif menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian, dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.<sup>28</sup>

Dipilihnya penelitian ini agar memperoleh paparan dan gambaran yang tepat mengenai persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*.

## 2. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>29</sup>

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Tahun angkatan 2014 yang masih aktif di Tahun 2018 (semester 8) dan telah

---

<sup>27</sup> Irawan Soehartono, *Op.Cit*, h. 35

<sup>28</sup> Imam Suprayogo dan Tabroni, *Metodelogi Penelitian Sosial-Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 71

<sup>29</sup> Ardial, *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*, Cetakan ke-1 (Jakarta:Bumi Aksara, 2014), h. 336

lulus dalam mata kuliah retorika dakwah. Meliputi jurusan KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) 117 orang, dan PMI (Pengembangan Masyarakat Islam) 82 orang, yang jika dijumlahkan keseluruhannya menjadi 199 orang mahasiswa.<sup>30</sup>

#### b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen tertentu suatu populasi.<sup>31</sup> Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik *non random sampling* atau *non probability*, yaitu cara pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberi kesempatan untuk dipilih menjadi sampel.<sup>32</sup>

Disini penulis akan menggunakan salah satu macam dari teknik non random sampling, yaitu *accidental sampling* (aksidental sampling) yakni pengambilan sampel berdasarkan kebetulan.<sup>33</sup> Teknik ini dikatakan secara kebetulan karena peneliti memang dengan sengaja memilih sampel kepada siapa pun yang ditemuinya atau *by accident* pada tempat, waktu, dan cara yang telah ditentukan.<sup>34</sup> Dalam teknik ini pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemuinya. Setelah jumlahnya diperkirakan

---

<sup>30</sup> Dokumen Akademik Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

<sup>31</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 139

<sup>32</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Op.Cit*, h. 114

<sup>33</sup> Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian; Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 64

<sup>34</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 63

mencukupi, pengumpulan data dihentikan dan kemudian data diolah/dianalisa.<sup>35</sup>

Dalam teknik ini terdapat kelemahan yaitu jika orang yang lewat adalah bukan mahasiswa atau orang yang diharapkan dipilih sebagai sampel, maka akan terjadi bias responden dan bias informasi. Untuk mengatasi kelemahan tersebut, maka diperlukan tindakan tambahan, yaitu dengan menanyakan identitas orang yang lewat untuk meyakinkan bahwa mereka adalah orang-orang yang diinginkan sebagai anggota sampel.<sup>36</sup>

Setelah selesai melakukan penelitian pada tempat dan waktu yang telah ditentukan, penulis sudah mendapatkan data yang lengkap dan mewakili dari keseluruhan populasi, sehingga penulis bisa menetapkan sampel 9 orang.

### **3. Metode Pengumpulan Data**

Adapun dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan alat pengumpul data sebagai berikut:

#### **a. Metode Observasi**

Metode observasi adalah pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajahmada Universitas Pers, 2013), h. 166

<sup>36</sup> Sukardi, *Op.Cit*, h. 64

<sup>37</sup> Irawan Soehartono, *Op.Cit*, h. 69

Dalam penelitian ini observasi yang digunakan adalah observasi *partisipan*, pengamat ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subjek yang diteliti atau yang diamati, seolah-olah merupakan bagian dari mereka.<sup>38</sup> Alasan penulis menggunakan metode ini adalah agar dapat mengingat-ingat lebih banyak atas fenomena yang perlu dicatat atas kondisi yang ada pada tempat penelitian.

Subjek yang penulis teliti dan amati dalam observasi ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Tahun angkatan 2014. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*.

#### b. Metode Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam interaksinya dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>39</sup>

Adapun jenis wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang dilakukan secara bebas, tapi terarah dengan

---

<sup>38</sup> *Ibid*, h. 70

<sup>39</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Op.Cit*, h. 83

tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu.<sup>40</sup>

Dalam metode wawancara di penelitian ini yang menjadi sumber adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Tahun angkatan 2014. Adapun tujuan dari wawancara yang penulis lakukan adalah untuk mendapatkan informasi mengenai bentuk persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>41</sup> Teknik ini untuk mengumpulkan data-data berupa catatan-catatan, surat dan foto, gambar dan lain-lain.

Dalam hal ini penulis mengumpulkan dokumentasi yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*.

### 4. Analisa Data

Analisa data adalah proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, mengenai materi-materi tersebut,

---

<sup>40</sup> Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Cetakan ke-5* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 101

<sup>41</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 23



dan untuk memungkinkan anda menyajikan apa yang sudah anda temukan kepada orang lain.<sup>42</sup>

Dalam hal ini penulis menggunakan analisa kualitatif, artinya bahwa data yang terkumpul tersebut kemudian digambarkan dengan kata-kata, dipisahkan menurut pola berfikir induktif, yaitu melihat fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa secara khusus kemudian digeneralisasikan bersifat umum.<sup>43</sup>

Proses analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu setelah data terkumpul, kemudian data dipilih terlebih dahulu, selanjutnya penulis akan mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

## **G. Tinjauan Pustaka**

Demi untuk menghindari adanya plagiarisme terhadap karya ilmiah atau duplikasi penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti lain, maka peneliti mengkaji kembali beberapa karya ilmiah yang menyinggung permasalahan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis. Penulis tidak menemukan penulisan karya ilmiah tentang tokoh Abdul Somad, jadi penulis hanya mengambil tokoh lain

---

<sup>42</sup> Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 85

<sup>43</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Jakarta: Adi Offset, 1991), h. 162

tetapi berkaitan dengan retorika. Adapun beberapa karya ilmiah yang mengkaji tentang retorika dakwah yaitu:

1. Aisatul Cholifah, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Tahun 2018. *Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube (analisis semiotik gaya bahasa dan bahasa tubuh dalam ceramah “pemuda masa’ gitu”)*.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini, penulis lebih memfokuskan pada retorika dakwah ustadzah Haneen Akira pada ceramahnya yang bertema “pemuda masa’ gitu” di *YouTube*. Disini penulis menganalisis gaya bahasa dan bahasa tubuhnya satu persatu yang terdapat dalam video yang berdurasi 28 menit 47 detik tersebut dengan menggunakan analisis semiotik Ferdinand De Saussure. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu ustadzah Haneen Akira menggunakan bahasa yang bervariasi yakni: bahasa tidak resmi dan bahasa percakapan. Serta bahasa tubuhnya juga tidak banyak dan cenderung sangat sederhana. Hanya menoleh ke kanan, ke kiri, mengangkat tangannya, dan menutup tangannya kedepan.
2. Ahmad Arif Khakim, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tahun 2014. *Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siau* (studi pada program acara

---

<sup>44</sup> Aisatul Cholifah, *Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dan Bahasa Tubuh Dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”)*, (Surabaya: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)

pengajian *Inspirasi Iman* di TVRI).<sup>45</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kasus yang mana penulis terjun langsung pada peristiwa dimana data diperoleh dan dikumpulkan dari subjek dan orang-orang yang bersangkutan. Adapun hasil dalam penelitian ini adalah susunan bahasa pada retorika Ust. Felix Y. Siauww sebagai berikut: Edisi 4 November 2012 judul “*Bahaya Menukarkan Hidayat Allah dengan Permainan dan Kesombongan Dunia*” susunan bahasanya adalah Deduktif, logis dan kronologis. Selanjutnya edisi 11 November 2012 judul “*Memprioritaskan Aktivitas Utama Kewajiban Kepada Allah SWT*” susunan bahasanya induktif, logis, dan kronologis. Edisi 18 November 2012 judul “*Menempa Akhlaq Karima*” susunan bahasa induktif, kronologis dan logis. Terakhir edisi 25 November 2012 “*Menghindari Jalan-jalan yang Dimurkai Allah SWT*” susunan bahasa deduktif dan logis.

Dari tinjauan pustaka 1 dan 2 masing-masing peneliti memiliki fokus yang berbeda-beda. Begitupun jika dibandingkan dalam skripsi ini, yakni sama-sama meneliti tentang retorika seorang da'i namun berbeda mengenai apa yang dibahas. Dalam skripsi ini penulis memilih tokoh ustadz Abdul Somad sebagai objek yang akan diteliti, karena dalam menyampaikan materi dakwah di *YouTube* menarik, gaya bahasa yang digunakan beliau bersifat bahasa sehari-hari dan terkesan

---

<sup>45</sup> Ahmad Arif Khakim, *Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siauww (studi pada pogram acara pengajian Inspirasi Iman di TVRI)*, (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014)

ceplas-ceplos, gaya suara beliau pun masih sangat khas dengan logat daerah asalnya yaitu bahasa Melayu dan sangat lantang ketika menyampaikan ceramahnya. Hasil dari penelitian ini akan di analisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Serta penulis juga ingin mengetahui tanggapan mahasiswa mengenai penyampaian dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*.

## BAB II

### PERSEPSI DAN RETORIKA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

#### A. PERSEPSI

##### 1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi apa yang dibayangkan tentang dunia di sekelilingnya.<sup>1</sup> Persepsi dalam kamus diartikan sebagai proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus diperoleh dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak.<sup>2</sup>

Dalam buku pengantar umum psikologi, persepsi yaitu kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan.<sup>3</sup> Beberapa pendapat di atas menyatakan bahwa persepsi dapat diartikan sebagai tanggapan atau pesan yang diterima seseorang setelah melakukan pengamatan terhadap suatu objek.

Pada saat memberikan suatu tanggapan tertentu pada suatu objek, tentu adanya suatu proses mempersepsi terlebih dahulu, sebagaimana Bimo Walgito menyatakan: Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai

---

<sup>1</sup> Alo Liliweri M.S, *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna Ed. 1, Cetakan ke-1* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 153

<sup>2</sup> Khaerul Umam, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010), h. 67

<sup>3</sup> Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1976), h. 39

pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses yang mendahului terjadinya persepsi. Proses penginderaan terjadi setiap saat, yaitu pada waktu individu menerima stimulus yang mengenai dirinya melalui alat indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu, dengan dunia luarnya.<sup>4</sup>

Stimulus yang mengenai individu kemudian diorganisasikan, diinterpretasikan, sehingga individu menyadari tentang apa yang di inderanya itu. Proses inilah yang dimaksud dengan persepsi. Jadi stimulus diterima oleh alat indera, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang diindera tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan.<sup>5</sup>

Dengan persepsi individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan lingkungan yang ada disekitarnya, apa yang dilihat dan juga tentang diri individu yang bersangkutan. Persepsi itu akan terjadi apabila adanya rangsangan dari luar diri individu seperti informasi, kejadian dan lain-lain.

Menurut Joseph A. Devito yang dikutip oleh Faizah Muchsin mengemukakan persepsi adalah “proses dimana kita menjadi sadar akan objek atau peristiwa dalam lingkungan melalui ragam indera kita, penglihatan, pengrabaan, penciuman dan pengecap. Persepsi juga tentang pengalaman objek, peristiwa-peristiwa dan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan serta memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru.”<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Bimo Walgito, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar, Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andi, 1999), h. 53

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 54

<sup>6</sup> Faizah Muchsin, *Psikologi Dakwah, Cet. 3* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h. 151



Senada dengan pendapat di atas, Desiderato dalam buku Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan bahwa “persepsi itu merupakan pengalaman terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.<sup>7</sup>

Ahmad Mubarak mengatakan persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dan pengamatan secara global disertai kesadaran, sedang objek dan subjeknya belum berbeda satu dari yang lainnya.<sup>8</sup>

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses informasi yang berasal dari pengalaman dan peristiwa yang terjadi pada masa lampau. Dengan kata lain, persepsi dapat diartikan sebagai proses informasi yang terjadi melalui alat-alat indera berdasarkan pada pengalaman di masa lampau. Dan juga pengalaman pada objek yang disimpulkan dan diberikan makna kemudian ditafsirkan berdasarkan pada stimuli dari lingkungan.

---

<sup>7</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h. 50

<sup>8</sup> Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997 ), h. 109

Dapat dipahami bahwa persepsi adalah suatu pesan atau tanggapan yang diperoleh seseorang setelah mengadakan pengamatan langsung terhadap apa yang disampaikan.

## **2. Bentuk-Bentuk Persepsi**

Bentuk-bentuk Persepsi yaitu: melalui alat indra pendegaran, persepsi melalui indra penciuman, persepsi melalui indra pengecap, dan persepsi melalui kulit atau perasa.<sup>9</sup> Sedangkan menurut Irwanto yaitu:

- a. Persepsi positif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal ini akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan.
- b. Persepsi negatif, yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan ke pasifan atau menolak dan menentang terhadap objek yang dipersepsikan.<sup>10</sup>

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi baik yang positif maupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Munculnya suatu persepsi positif atau persepsi

---

<sup>9</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Umum Psikologi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 124

<sup>10</sup> Irwanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Prehallindo, 2002), h. 71

negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu objek yang dipersepsinya.

### **3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Persepsi kita keliru bisa berbeda-beda karena dipengaruhi oleh berbagai faktor personal, sitiasional, fungsional dan struktural. Diantara faktor yang besar pengaruhnya dalam mempersepsi sesuatu adalah perhatian, konsep fungsional dan konsep struktural.<sup>11</sup> Persepsi yang dilakukan masing-masing individu tentunya berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Cara kita mempersepsikan situasi sekarang tidak bisa terlepas dari adanya pengalaman sensoris terdahulu. Kalau pengalaman terdahulu itu sering muncul, maka reaksi kita selalu menjadi kebiasaan secara ilmiah benar mengingat respon-respon perceptual yang ditunjukkannya. Mungkin sembilan puluh persen dari pengalaman-pengalaman sensoris kita sehari-hari dipersepsikan dengan kebiasaan yang didasarkan pada pengalaman terdahulu yang diulang-ulang.<sup>12</sup>

Oleh karena itu apa yang kita persepsikan pada suatu waktu tertentu akan tergantung bukan saja stimulusnya sendiri, tetapi juga pada latar belakang beradanya stimulus itu. Seperti pengalaman sensoris kita yang

---

<sup>11</sup> Achmad Mubarak, *Op.Cit*, h. 111

<sup>12</sup> Dimiyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: BPFE, 1990), h. 41

terdahulu, perasaan kita pada waktu itu, prasangka-prasangka, keinginan-keinginan, sikap dan tujuan.

Berikut ini dikemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, menurut para ahli bahwa ada tiga faktor penting yang mempengaruhi persepsi yaitu pengetahuan (*knowledge*), harapan (*expectation*) dan penilaian (*evaluation*).<sup>13</sup>

Keadaan orang yang mempersepsi dipengaruhi oleh harapan dan penilaian terhadap stimulus seseorang apabila memiliki harapan dan penilaian yang baik terhadap situasi tertentu, demikian sebaliknya. Pandangan manusia dalam mempersepsi sesuatu sesuai dengan pengalaman dan harapan yang ada pada dirinya, sehingga persepsi seseorang terhadap sesuatu dapat bersifat efektif dan berubah.

Menurut Robbins dan Judge, ada tiga faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu: (1) *preceiver*, orang yang memberikan persepsi, (2) target, orang atau objek yang menjadi sasaran persepsi, (3) situasi, keadaan pada saat persepsi dilakukan.<sup>14</sup>

Adapun faktor lain yang mempengaruhi persepsi yaitu:

- a. Faktor perhatian

---

<sup>13</sup> Davidoff Linda, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1988), h. 248

<sup>14</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 60

Perhatian adalah proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah.<sup>15</sup>

Penarik perhatian, bisa datang dari luar (eksternal), bisa juga dari dalam diri yang bersangkutan (internal). Faktor luar (eksternal) yang secara psikologis menarik perhatian biasanya disebabkan karena hal itu mempunyai sifat-sifat yang menonjol dibanding stimuli yang lain, misalnya karena bergerak sementara yang lain diam, atau karena adanya unsur kontras, kebaruan atau perulangan.<sup>16</sup>

#### b. Faktor fungsional

Faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi antara lain faktor kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional dan latar belakang budaya.<sup>17</sup>

Menurut Krech dan Crutch Field sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat maksud dari empat faktor yang mempengaruhi persepsi di atas yaitu:

- 1) Kebutuhan: Merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita.

---

<sup>15</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit*, h. 51

<sup>16</sup> Achmad Mubarak, *Op.Cit*, h. 110

<sup>17</sup> *Ibid.* h. 113-114

- 2) Kesiapan mental: Kesanggupan penyesuaian atau penyesuaian sosial atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan-hubungan sosial yang berhasil.
- 3) Suasana emosional: Secara hipnotis diciptakan tiga macam suasana emosional, yaitu suasana bahagia, suasana kritis dan suasana gelisah.
- 4) Latar belakang budaya: Merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya.<sup>18</sup>

c. Faktor struktural

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Menurut teori *Gestalt* bila seseorang mempersepsi sesuatu, maka ia mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan, bukan bagian-bagiannya, lalu menghimpunnya.<sup>19</sup>

Sebagai contoh ketika berjumpa seorang kiai alim di desa, yang tengah mengenakan pakaian yang lusuh dan penuh tambalan, maka ia di persepsi sebagai seseorang yang sangat sederhana, meski bajunya tambalan tetapi bersih (penghargaan), ketika pakaian itu dikenakan oleh seorang seniman terkenal, maka ia dipersepsi sebagai orang yang nyentrik (netral), tetapi ketika pakaian yang sama dikenakan oleh seorang penjahat,

---

<sup>18</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit*, h. 56

<sup>19</sup> *Ibid*, h. 57

maka ia dipersepsi sebagai orang jelek yang pakaiannya awut-awutan (negatif).<sup>20</sup>

Demikianlah, stimuli yang ditangkap indera dipersepsi menjadi informasi, dan kemudian disimpan di dalam memori.

#### 4. Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi terjadi melalui suatu proses, dimulai ketika dorongan diterima melalui pengertian kita. Kebanyakan dorongan yang menyerang pengertian kita disaring, sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses yang menyertai beberapa informasi yang diterima oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi lainnya dinamakan *selective attention* atau *selective perception*. *Selective attention* dipengaruhi oleh karakteristik orang atau objek yang dipersepsikan, terutama besaran, intensitas, gerakan, pengulangan dan keaslian. *Selective attention* dipicu oleh sesuatu atau orang yang mungkin di luar konteks, seperti mendengar seseorang berbicara dengan aksen asing.<sup>21</sup>

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses diterimanya stimulus melalui pancaindera, lalu stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.<sup>22</sup>

Dari segi psikologis, dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen:

---

<sup>20</sup> Achmad Mubarak, *Op.Cit*, h. 115

<sup>21</sup> Wibowo, *Op.Cit*, h. 61

<sup>22</sup> Dimiyati Mahmud, *Op.Cit*, h. 57

- a. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar.
- b. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang, iterpretasi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, motivasi, kepribadian dan kecemasan.
- c. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.<sup>23</sup>

Proses terjadinya persepsi apabila informasi yang datang dari luar diri individu melalui panca indera, seperti: mata, telinga, lidah, dan kulit. Kemudian rangsangan diterima, lalu di interpretasikan, setelah itu baru dilakukan proses penyadaran oleh individu tersebut. Setiap individu mempunyai pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda terhadap rangsangan yang diterimanya, sehingga hasil persepsinya juga berbeda.

Bila yang dipersepsi dirinya sendiri sebagai objek persepsi, inilah yang disebut persepsi diri (*self-perception*). Karena dalam persepsi itu merupakan aktivitas yang *integrated*, maka seluruh apa yang ada dalam diri individu akan ikut berperan dalam persepsi tersebut.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 54

<sup>24</sup> *Ibid*, h. 55



## B. RETORIKA DAKWAH

### 1. Pengertian Retorika

Rhetorica atau retorika adalah suatu seni berbicara, “*the art of speech*” (Inggris) atau “*de kunst der welsprekenheid*” (Belanda). Dengan demikian titik berat retorika merupakan seni atau kepandaian praktis dan dianggap bukan suatu ilmu pengetahuan.<sup>25</sup>

Seni kepandaian berbicara dibutuhkan dalam banyak medan kehidupan manusia dalam hubungannya dengan manusia lain. Meskipun sudah timbul berbagai alat komunikasi (media) yang lebih modern, namun retorika ini masih tetap menjadi keharusan. Pidato yang baik dan tepat juga dapat menghitam putihkan jiwa pendengar, dapat menggetarkan jiwa dan mempengaruhi si pendengar apabila menggunakan retorika.

Dalam buku ilmu komunikasi, retorika berarti ilmu bicara. Sedangkan Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren dalam bukunya, *Modern Rhetoric*, mendefinisikan retorika sebagai *the art of using language effectively* atau seni penggunaan bahasa secara efektif.<sup>26</sup> Kedua pengertian tersebut menunjukkan bahwa retorika mempunyai pengertian sempit: mengenai bicara, dan pengertian luas: penggunaan bahasa, bisa lisan, dapat juga tulisan.

Rhetorika yang diartikan “*The Art Of Persuasion*” oleh Aristoteles, adalah ilmu kepandaian berpidato atau tehnik dan seni berbicara di depan

---

<sup>25</sup> Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), h.99

<sup>26</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 53

umum.<sup>27</sup> Berbicara yang efektif, menyenangkan, memiliki daya tarik, mengesankan, mencapai tujuan secara jelas serta mengundang rasa simpatik pendengar maka dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti apa yang telah kita sampaikan.

Menurut Rhicard E. Young L. Becker dan K.L. Pike dalam buku “Rhetoric Discovery and Change” mengatakan bahwa, Rhetorika adalah ilmu yang mengajarkan kita menggarap masalah wicara, tutur kata secara heristik, epistemologi, untuk membina saling pengertian dan kerja sama. Pengembangan rhetorika, penerapan dan penyebar luasannya di kalangan calon pemimpin-pemimpin, para da’i-da’iyah dan juru penerang dalam bidang apapun yang menyangkut pembangunan adalah hal yang sangat mutlak.<sup>28</sup>

Retorika juga dikenal dalam bahasa arab sebagai *khutbah* dan *muhadhoroh*. Dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah *pidato*. Secara umum retorika ialah seni atau teknik persuasi menggunakan media oral atau tertulis. Dalam pemaknaannya, retorika diambil dalam bahasa Inggris *rhetoric* bersumber dari perkataan latin *rhetorica* yang berarti ilmu berbicara.<sup>29</sup>

Apabila seseorang mampu untuk beretorika, maka seseorang tersebut harus mampu juga mempertanggungjawabkan pemilihan kata dan nada bicara yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan bicara yang dihadapinya.

Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam bahasa

---

<sup>27</sup> A. H. Hasanuddin, *Rhetorika Da’wah & Publistik dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usana Offset Printing, 1982), h. 11

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 14

<sup>29</sup> Firiana Utami Dewi, *Public Speaking*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 59

percakapan atau bahasa populer, retorika berarti pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan.<sup>30</sup>

## 2. Pembagian Retorika

Retorika adalah bagian dari ilmu bahasa (*Linguistik*), khususnya ilmu bina bicara (*Sprecherziehung*). Retorika sebagai bagian dari ilmu bina bicara ini mencakup:

### a. Monologika

Monologika adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog, dimana hanya seorang yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika adalah pidato, kata sambutan, kuliah, makalah, ceramah dan deklamasi.<sup>31</sup>

### b. Dialogika

Dialogika adalah ilmu tentang seni berbicara secara dialog, dimana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk dialogika yang penting adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Been Rafanani, *Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara*, (Yogyakarta: Araska, 2017), h. 8

<sup>31</sup> Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), h. 16

<sup>32</sup> *Ibid.* h. 17

### c. Pembinaan Teknik Bicara

Efektifitas monologika dan dialogika tergantung juga pada teknik bicara. Teknik bicara merupakan syarat bagi retorika. Oleh karena itu pembinaan teknik bicara merupakan bagian yang penting dalam retorika. Dalam bagian ini perhatian lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan bercerita.<sup>33</sup>

Dengan adanya tiga bagian ini dalam retorika, maka kita dapat menempatkan diri sesuai dengan apa yang ingin kita sampaikan.

## 3. Teknik Retorika

Dalam menyampaikan suatu pesan kepada khalayak, maka diperlukan teknik retorika agar pesan yang disampaikan tersebut dapat diterima. Adapun teknik retorika menurut Jalaluddin Rakhmat yaitu:

### a. Informatif

Yaitu bertujuan untuk menyampaikan informasi.<sup>34</sup> Biasanya informasi yang disampaikan merupakan wawasan baru yang dimiliki oleh seseorang. Dan khalayak diharapkan untuk mengetahui dan mengerti.

### b. Persuasif

Yaitu proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut

---

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h. 89

bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.<sup>35</sup> Teknik persuasif bersifat mempengaruhi pendengar.

Dalam teknik persuasif terdapat formula segitiga retorika, yaitu metode yang sangat berguna untuk menyusun kalimat-kalimat yang tepat dalam penerapan prinsip persuasi. Aristoteles menerangkan bahwa model persuasi berdasarkan segitiga retorika terdiri dari:

1) *Ethos* (etika/kredibilitas)

Yaitu karakter, intelegensi (pengetahuan yang luas), dan niat baik yang dipersiapkan dari seorang pembicara. Gaya retorika merupakan *ethos* dalam menyampaikan pesan dakwah.<sup>36</sup> Tujuan teknik *ethos* ialah untuk memberikan penerangan kepada pendengar melalui pengetahuan luas.<sup>37</sup>

Ada tiga kategori *ethos* yaitu *phronesis* atau kemampuan dan kebijaksanaan yang berarti kepakaran dan kecerdasan sang pembicara. Yang kedua adalah *arete* atau kebaikan dan kehebatan sang pembicara yang dinilai sebagai kredibilitas serta reputasinya. Dan yang terakhir adalah *eunoia* atau niat baik komunikator kepada *audiens*-nya.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> *Ibid*, h. 102

<sup>36</sup> Kholid Noviyanto Dan Sahroni A. Jaswadi, *Gaya Retorika Da'i Dan Perilaku Memilih Penceramah*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 04, No. 01, (2014), h. 123

<sup>37</sup> Rozita, Charlina, Mangatur Sinaga, *Retorika Ustadz Abdul Somad*, JOM FKIP, Vol. 5, No. 2, (2018), h. 6

<sup>38</sup> <https://tipsmotivasi.com/2012/09/22/teori-persuasi-formula-segitiga-retorika/> (5 Oktober 2018)

Ketiga unsur ini penting karena berkaitan dengan penerimaan pendengar terhadap moralitas dan integritas dari orang yang berbicara.

## 2) *Phatos* (emosi)

Yaitu penyampaian ajakan menggunakan efek emosi positif maupun negatif (menyentuh hati khalayak).<sup>39</sup> Tujuan teknik *phatos* berupa harapan untuk menarik perhatian pendengar. Penyampaian argumentasi *phatos* inilah yang menguatkan unsur persuasinya. *Phatos* adalah penentu dari persetujuan pendengar pada pemaparan sang pembicara.

## 3) *Logos* (logika)

Yaitu meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti. Melalui teknik ini berarti anda mendekati khalayak lewat otaknya.<sup>40</sup> Struktur bahasa yang rasional dan proporsional akan ditangkap dengan jelas oleh pikiran para pendengar. Kejelasan dari alasan-alasan serta bukti-bukti yang kuat akan mendorong pesan dan argumen menjadi semakin persuasif. Atau logos juga bisa diartikan sebagai pengungkapan fakta dan logika.

---

<sup>39</sup> Reza Pahlevi Apipudin, *Pesan Persuasif Dalam Kutipan Langsung Pada Buku "Hikayat Pohon Ganja" Karya Tim LGN*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol. 3, No. 4, (2015), h. 243

<sup>40</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit*, h. 7

### c. Rekreatif

Teknik ini memiliki tujuan utama yaitu untuk menghibur pendengar. Seperti menggembirakan, melepaskan ketegangan, menggairahkan suasana, atau sekedar memberikan selingan yang enak setelah rangkaian acara yang melelahkan.<sup>41</sup> Dengan adanya teknik rekreatif dalam ceramah, diskusi ataupun seminar maka penyampaian akan lebih bervariasi dan yang mendengar pun tidak akan merasa bosan.

## 4. Manfaat Retorika

Terkadang kita sering tidak sadar seberapa pentingkah berbicara dalam kehidupan kita. Banyak orang berbicara semaunya, seenaknya tanpa memikirkan apa isi dari pembicaraan mereka tersebut. Sebenarnya berbicara mempunyai artian mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai tujuan tertentu. Tapi sering kali kita mengalami kesulitan dalam mengungkapkan maksud dan isi pikiran kita kepada orang lain.

Sejak awal kemunculannya, retorika dianggap sebagai ilmu yang amat bermanfaat untuk mempengaruhi pendapat umum.<sup>42</sup> Aristoteles saat itu malah sudah merumuskan empat manfaat atau kegunaan dari retorika, yakni:

---

<sup>41</sup> *Ibid*, h. 125

<sup>42</sup> I Nengah Martha, *Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang*, PRASI, Vol. 6, No. 12 (2010), h. 65

a. Retorika menuntun penutur dalam mengambil keputusan.

Apa yang terjadi dalam kehidupan ini, menurut Aristoteles ada hal-hal yang memang tidak benar tetapi cenderung mengalahkan lawannya tanpa mempertimbangkan kebenaran. Yang pertama tampak misalnya pada fakta-fakta kehidupan, sedang yang kedua terlihat dari perwujudan perasaan atau *appeal* negatif terhadap fakta-fakta tersebut. Misalnya: ketidaksukaan, kemarahan dan sebagainya. Untuk itu Aristoteles menegaskan kembali bahwa retorika adalah sarana yang dapat menuntun penutur dalam mengambil keputusan yang benar.<sup>43</sup>

b. Retorika mengajar penutur dalam memilih argumen

Menurut Aristoteles, argumen dibedakan menjadi dua jenis, yakni argumen artistik dan argumen nonartistik. Argumen artistik diperoleh dari pokok persoalan atau topik yang ditampilkan, sedang argumen nonartistik diperoleh dengan melihat fakta-fakta yang ada disekitar topik, baik yang terkait langsung maupun yang tidak terkait langsung dengannya.<sup>44</sup>

c. Retorika mengajar penutur dalam mempersuasi

Dalam hubungan ini, tampak sekali misalnya ketika retorika mengajarkan bagaimana menata tuturan secara sistematis, memilih materi

---

<sup>43</sup> *Ibid*, h. 65-66

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 66



bahasa yang tepat untuk mewadahi unit-unit topik, dan menampilkannya menurut cara-cara yang efektif.<sup>45</sup>

d. Retorika membimbing bertutur secara rasional

Seperti telah disebut di atas, bahwa dalam realitas kehidupan ada sesuatu yang benar, dan ada sesuatu yang salah tetapi diperjuangkan. Karena itu, untuk memperjuangkan kebenaran yang pertama demi mengimbangi kesesatan yang dibenar-benarkan, seorang penutur perlu memanfaatkan retorika. Dengan bertutur secara rasional inilah, penutur akan sangat dibantu menghindari kekonyolan-kekonyolan yang mungkin ia buat, sebagai akibat ketidakmampuannya menuturkan topik itu. Keuntungan lain, bahwa tuntunan rasional akan mempercepat tersingkapnya ketidakbenaran.<sup>46</sup>

Lebih dari pada itu, retorika sangat penting bagi kehidupan keseharian tiap individu dan masyarakat hingga saat ini, apapun latar belakangnya. Mayoritas orang tiap hari berinteraksi dengan orang lain. Ia tidak seharusnya berperilaku buruk dalam interaksi supaya kehidupannya tidak sulit.<sup>47</sup>

Menurut penulis, kehidupan harus berinteraksi dengan cara yang baik, karena akan melahirkan kehidupan aman dan sejahtera dari interaksi yang

---

<sup>45</sup> *Ibid.*

<sup>46</sup> *Ibid.*

<sup>47</sup> Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 5

baik, sedangkan berinteraksi dengan lingkungan dengan cara yang tidak baik, maka keadaanpun akan sulit dan tidak akan membaik.

## 5. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar, untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits.<sup>48</sup> Retorika dakwah juga merupakan cabang dari ilmu komunikasi yang membahas tentang menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni berbicara agar pesan kita dapat diterima.

Adapun seni yang diajarkan oleh Al-Qur'an sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.<sup>49</sup>

Didalam surat An-Nahl ayat 125 menjelaskan bahwa ada beberapa metode retorika dakwah, yaitu:

### a. Dakwah bil Hikmah

<sup>48</sup> Abdullah, *Retorika Dan Dakwah Islam*, Jurnal Dakwah, Vol. X, No. 1 (2009), h. 113

<sup>49</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Syaamil Quran, 2012), h. 281

Menurut al-Qathany yang dikutip oleh Ilyas Ismail dan Prio Hutman, hikmah dalam konteks metode dakwah tidak dibatasi hanya dalam bentuk dakwah dengan ucapan yang lembut, *targhib* (nasihat motivasi), kelembutan dan amnesti, seperti selama ini dipahami orang. Lebih dari itu, hikmah sebagai metode dakwah juga meliputi seluruh pendekatan dakwah dengan kedalaman rasio, pendidikan (*ta'lim wa tarbiyyah*), nasihat yang baik (*mau'iza al-hasanah*), dialog yang baik pada tempatnya, juga dialog dengan para penentang yang zalim pada tempatnya, hingga meliputi kecaman, ancaman, dan kekuatan senjata pada tempatnya.<sup>50</sup>

Kata “*Hikmah*” dalam Al-Qur'an disebut sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma'rifah, bentuk masdarnya “*hukman*” yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah,<sup>51</sup> jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah dari kezaliman, jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah. Pada kalangan tarekat, hikmah diartikan pengetahuan tentang rahasia Allah Swt. Kata hikmah juga berarti bekal seorang dai menuju sukses. Karunia yang diberikan kepada orang yang mendapatkan hikmah insya Allah akan berimbis kepada mad'unya,

---

<sup>50</sup> Ilyas Ismail, Prio Hutman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2011), h. 202

<sup>51</sup> Fathul Bahri An-Nabary, *Meniti Jalan Dakwah*, (Jakarta: Amza, 2008), h. 240

sehingga mereka termotivasi untuk mengubah diri dan mengamalkan apa yang disampaikan dai kepada mereka.

Hikmah adalah meletakkan sesuatu sesuai pada tempatnya. Kata hikmah ini sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga akan menimbulkan kesadaran pada pihak mad'u untuk melaksanakan apa yang didengarnya dari dakwah itu. Dengan demikian dakwah bil hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar persuasif.

Kata hikmah disini mengandung 3 (tiga) unsur pokok, yaitu:

- 1) Unsur ilmu, yaitu ilmu yang shalih yang dapat memisahkan antara yang hak dan yang bathil.
- 2) Unsur jiwa, yaitu menyatukan ilmu tersebut kedalam jiwa sang ahli hikmah, sehingga mendarah daginglah ia dengan sendirinya.
- 3) Unsur amal perbuatan, yaitu ilmu pengetahuan yang menyatu ke dalam jiwanya itu mampu memotivasi dirinya untuk berbuat kbajikan.<sup>52</sup>

b. Dakwah bil Mau'idza Al-Hasanah

Secara bahasa, *mau'izhah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu mau'izah dan hasanah. Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-'idzatan* yang berarti; nasihat, bimbingan, pendidikan dan

---

<sup>52</sup> *Ibid.*

peringatan. Sementara *hasanah* memiliki arti kebaikan.<sup>53</sup> Dakwah bil mau'idzah hasanah disini dapat dimaknai sebagai kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seorang dai atau mubaligh, kemudian disampaikan dengan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk kearah kebijakan, diterangkan dengan gaya bahasa yang sederhana, agar apa yang telah disampaikan dapat dicerna, dihayati dan pada tahapan selanjutnya dapat diamalkan.

*Mau'idzatul hasanah* juga mengandung arti kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan; tidak membongkar atau mem-beberkan kesalahan orang lain sebab kelemah-lembutan dalam menasihati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan daripada larangan dan ancaman.<sup>54</sup>

#### c. Dakwah bil Mujadalah

Menurut Ahmad Warson al-Munawwir yang dikutip oleh M.Munir, dari segi etimologi (bahasa) lafazh mujadalah terambil dari kata “*jadala*” yang bermakna *memintal*, *melilit*. Apabila ditambahkan alif pada huruf jim yang mengikuti wazan faalah, “*jaa dala*” dapat bermakna *berdebat*, dan “*mujaadalah*” *perdebatan*.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> M. Munir, *Metode Dakwah*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana 2009), h. 15

<sup>54</sup> *Ibid*, h. 17

<sup>55</sup> *Ibid*.

Kata “*jadala*” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu, orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.<sup>56</sup>

Dari pengertian di atas dapatlah diambil kesimpulan bahwa, al-Mujadalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.

Dengan adanya ketiga metode retorika dakwah tersebut, maka setiap da'i menjadikan metode al-hikmah, mau'idza hasanah dan mujadalah sebagai pedoman untuk melakukan kegiatan berdakwah.

## 6. Tujuan Retorika Dakwah

Adapun tujuan dari retorika dakwah dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Suasio atau disebut anjuran (al amru bi al ma'ruf)<sup>57</sup> maksud suasio atau anjuran disini adalah sebuah perintah untuk mengajak kepada hal-hal yang baik atau mengikuti segala sesuatu yang telah diperintahkan oleh Allah SWT.

---

<sup>56</sup> *Ibid*, h. 17-18

<sup>57</sup> <http://www.slideshare.net/mobile/DhoennyNgerusuk/retorika-dakwah> (15 Juli 2018)

- b. Dissuasio atau disebut penolakan (al haHYu al munkar)<sup>58</sup> maksud dissuasio atau penolakan disini adalah mencegah segala hal-hal yang buruk atau menjauhi segala sesuatu yang telah dilarang oleh Allah SWT.

Adapun dasar dari tujuan retorika dakwah dalam Al-qur'an surat Al-Imran ayat 110 yaitu:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ  
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: "kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik".<sup>59</sup>

Ayat di atas jelas memberikan ketegasan bahwa setiap seorang da'i memang dianjurkan memiliki tujuan dari apa yang akan disampaikan ketika berdakwah. Dengan menggunakan metode retorika dalam berdakwah, maka apa yang telah disampaikan oleh da'i akan mudah diterima oleh mad'u dan diamalkan di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya tujuan dalam berretorika juga akan menghasilkan sesuatu dari apa yang telah disampaikan

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> Kementrian Agama RI, *Op.Cit*, h. 64

oleh seorang da'i, seperti membina saling pengertian yang mengembangkan kerjasama dalam kehidupan bermasyarakat melalui kegiatan bertutur.

## **7. Aspek Pendukung Retorika Dakwah**

### **a. Aspek Bicara**

Untuk kepentingan terhadap aspek bicara agar benar-benar handal, maka paling tidak ada tujuh perangkat pendukung bicara yang harus dikuasai. Ketujuh perangkat pendukung bicara tersebut adalah:

- 1) Vocal
- 2) Sorot mata
- 3) Gerakan mulut
- 4) Ekspresi wajah
- 5) Gerakan tangan
- 6) Gerakan kaki
- 7) Aksesoris penampilan.<sup>60</sup>

Dengan adanya ketujuh perangkat pendukung tersebut, seperti vocal yang jelas, sorot mata yang tidak hanya menatap satu arah, gerakan mulut yang tidak sampai *muncrat-muncrat*, ekspresi wajah serta gerakan tangan dan kaki yang tidak monoton, dan juga aksesoris penampilan yang menarik, maka akan membuat mad'u tertarik untuk melihat dan mendengarkan materi ceramah yang dibawakan oleh sang da'i.

### **b. Aspek lisan**

---

<sup>60</sup> Dw Condro Triono, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncang Dunia*, (Yogyakarta: Irtikaz, 2010), h. 79



Lisan ini merupakan inti dari retorika itu sendiri. Sebab hal ini berkaitan langsung dengan gaya dan penampilan di atas mimbar. Materi yang akan disampaikan akan menjadi menarik atau akan membosankan, sangat tergantung pada aspek ini. Oleh karena itu, khusus untuk aspek ini penceramah harus memiliki jam terbang yang tinggi, dan adapun aspek pendukung lisan ini adalah:

- 1) Pengaturan tempo pembicaraan
- 2) Pengaturan intonasi pembicaraan
- 3) Pemilihan variasi kata
- 4) Kemampuan mendramatisir
- 5) Penggunaan pertanyaan retorik
- 6) Pengulangan kata atau kalimat
- 7) Penyeragaman akhiran kata
- 8) Penyisipan *joke* (lelucon) yang segar saat serius
- 9) Penekanan kata-kata kunci
- 10) Penyisipan istilah asing
- 11) Penyisipan lagu atau sholawat.<sup>61</sup>

Dengan adanya beberapa aspek pendukung lisan ini, maka ketika seorang da'i berdakwah tidak akan terkesan monoton, tidak membosankan, serta apa yang disampaikan akan terasa jelas dan mudah dipahami.

#### c. Aspek forum

Pendukung seperti forum ini banyak di spelekan, padahal sangat menentukan kesuksesan retorika itu sendiri. Walaupun nampaknya hanya

---

<sup>61</sup> *Ibid*, h. 83

sebagai perangkat pendukung, jika bermasalah, benar-benar bisa berakibat fatal bagi keberlangsungan ceramah itu sendiri.<sup>62</sup>

d. Aspek gagasan

Jika forum lebih banyak terkait dengan hal-hal yang berkaitan yang bersifat teknis, maka pendukung gagasan akan banyak berhubungan dengan hal yang bersifat ide. Posisinya tetap sama, yaitu hanya sebagai perangkat pendukung saja namun menentukan kesuksesan retorika itu sendiri.<sup>63</sup>

e. Aspek bahasa

Bahasa dakwah adalah bahasa tutur atau bahasa lisan. Bahasa lisan bercirikan bunyi bahasa yang dihasilkan oleh manusia dan diterima oleh telinga khalayak lalu ditafsirkan oleh otak khalayak.<sup>64</sup> Penggunaan bahasa merupakan bagian penting yang akan langsung diserap dan langsung dirasakan oleh audiens. Penggunaan bahasa yang tidak tepat akan langsung berdampak pada “selera” audiens, apakah akan berminat mendengarkan pembicaraan seterusnya atau tidak.

Ada beberapa tips untuk penghalusan bahasa:

1. Janganlah menyerang atau menghakimi secara langsung terhadap audiens

---

<sup>62</sup> *Ibid*, h. 95

<sup>63</sup> *Ibid*, h. 98

<sup>64</sup> Djamal Abidin, *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 1996), h. 68

2. Jadikan problem yang kita sampaikan sebagai problem bersama
3. Pilih kata ganti kita, jangan dengan kata kamu dalam mengungkapkan problem
4. Carilah kata-kata yang dapat menyentuh perasaan audiens sehingga dapat menggugah pemikirannya.<sup>65</sup>

Dengan adanya kelima aspek pendukung tersebut, maka akan membantu seseorang ketika berdakwah dalam menggunakan retorika yang baik dan mad'u pun akan mudah untuk memahami apa yang telah disampaikan.

## C. MEDIA SOSIAL

### 1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.<sup>66</sup> Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda.

Media sosial/ *social media* atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan

---

<sup>65</sup> *Ibid*, h. 102

<sup>66</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 13

interaktif dalam media baru sangatlah tinggi.<sup>67</sup> Diulas oleh Richard Hunter (2002) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka.<sup>68</sup> Sebutan media baru/ *new media* ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini, seperti televisi, radio, koran dan lain-lain.

Kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Institusi media bisa saja menyembunyikan peristiwa, namun sebaliknya melalui internet khalayak mendapatkan peristiwa tersebut melalui khalayak lain.

Media sosial adalah media *online* yang memungkinkan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi. McNaught *et al.* (2011) mengkatagorikan web 2.0 atau perangkat lunak seperti *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan *YouTube* sebagai media sosial. Media sosial memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam pendidikan di Indonesia, dilihat dari dua sisi yaitu jumlah pengguna dan sifat media sosial.<sup>69</sup>

Tak dapat dipungkiri, media sosial sudah menjadi bagian dari gaya hidup sebagian besar pengguna internet di Indonesia. Kemajuan teknologi dan

---

<sup>67</sup> Errika Dwi Setya Watie, *Komunikasi dan Media Sosial*, THE MESSENGER, Vol. III, No. 1, (2011), h. 71

<sup>68</sup> Rulli Nasrullah, *Op.Cit*, h.1

<sup>69</sup> Yanti Herlanti, *Pemanfaatan Media Sosial Pada Pembelajaran Sains Berbasis Isu Sosiosaintifik Untuk Mengembangkan Keterampilan Berargumentasi dan Literasi Sains*, (Bandung: Pasca Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia, 2014), h. 32

informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggamannya”.<sup>70</sup>

## 2. Jenis-jenis Media Sosial

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur, yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakteristik penggunaannya, sampai berdasarkan pada *file* atau berkas apa saja yang disebarkan (*sharing*) di antara pengguna.

Rulli Nasrullah membagi media sosial menjadi enam kategori, yaitu:

### a. Media jejaring sosial (*social networking*)

Social networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual.<sup>71</sup>

*Facebook* adalah salah satu contoh dari *social networking*, dewasa ini *Facebook* digunakan oleh para aktivis dakwah Indonesia untuk menyebarkan ajaran Islam. Seperti yang dilakukan oleh K.H. Abdullah Gymnastiar atau yang lebih akrab dikenal Aa' Gym.. Beliau menggunakan halaman *Facebook* dengan nama akun K.H. Abdullah Gymnastiar sebagai media berdakwah.

---

<sup>70</sup> Rulli Nasrullah, *Op.Cit*, h. 1

<sup>71</sup> *Ibid*, h. 40

## b. Blog

*Blog* adalah penyebutan singkat dari kata “*weblog*”, yakni suatu istilah yang digunakan untuk menyebut suatu situs web yang selalu diperbarui isinya secara terus-menerus. Pada dasarnya, *blog* merupakan situs web biasa yang dikembangkan lebih lanjut dan memiliki fasilitas database tertentu. *Blog* dapat pula didefinisikan sebagai situs web yang berisi teks dokumen, gambar, objek media, dan data yang tersusun secara hierarki dan menurut kronologi tertentu.<sup>72</sup>

Orang yang menggunakan *blog* disebut *blogger*. Konten yang dibangun oleh pemilik *blog* atau *blogger* cenderung berupa *user experiences* atau pengalaman pemilik. Kecuali untuk *blog* perusahaan, biasanya memuat aktivitas perusahaan dengan sudut pandang orang ketiga.<sup>73</sup> Selain untuk berbagi pengalaman pribadi ataupun sebagai ajang promosi suatu perusahaan, *blog* juga dimanfaatkan sebagai media berdakwah. *Blog* yang dimanfaatkan sebagai media dakwah tersebut biasanya menyajikan tulisan yang membahas mengenai permasalahan-permasalahan dalam kehidupan sehari-hari dengan pemecahan masalah yang dilihat dari sudut pandang Islam, selain itu juga *blog* tersebut memposting pula materi-materi lain yang merujuk pada al-Qur'an dan as-Sunnah.

---

<sup>72</sup> Kurniawan Prasetyo, *Membuat Blog Menggunakan Wordpress*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), h. 1

<sup>73</sup> Rulli Nasrullah, *Op.Cit*, h. 42

### c. Microblogging

*Microblogging* merupakan sebuah media siaran dalam bentuk sebuah blog. Sebuah *microblog* berbeda dengan blog tradisional karena memiliki file berukuran lebih kecil dibanding blog tradisional. *Microblog* memungkinkan para pengguna untuk saling bertukar elemen-elemen kecil sebuah konten.<sup>74</sup> Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *Twitter*. *Twitter* adalah situs layanan jaringan sosial dan *microblog* yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan “update” berupa tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter.<sup>75</sup>

Sama seperti media sosial lainnya, di *Twitter* pengguna bisa menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/ pandangan pengguna lain, sampai membahas isu terhangat (*trending topic*) saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (*tweet*) menggunakan tagar (*hashtag*) tertentu.

### d. Media Sharing

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari

---

<sup>74</sup> Jarot S. & Sudarma S, *Buku Super Pintar Internet*, (Jakarta: Transmedia, 2012), h. 180

<sup>75</sup> Angel, *Tip Dan Trik Mengoptimalkan Microblogging*, (Jakarta: Bukune, 2010), h.

dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya.<sup>76</sup> Beberapa contoh media berbagi ini adalah *YouTube*, *Flickr*, *Photo bucket*, atau *Snapfish*.<sup>77</sup>

Media sharing ini biasanya digunakan oleh masyarakat untuk mengupload foto ataupun video dengan tujuan dapat dilihat oleh pengguna lainnya. Selain itu, media sharing dapat digunakan untuk membagikan informasi ataupun berita yang sedang menjadi *trending topic*.

#### e. Social Bookmarking

*Social bookmarking* merupakan sebuah situs jejaring penandaan informasi yang berada di internet. Jika pada umumnya sebuah situs atau website ataupun blog akan diisi atau di-update oleh pemilik atau admin situs tersebut, beda halnya dengan situs *social bookmarking*. Pada *social bookmarking*, situsnya akan diisi oleh artikel ataupun informasi dari situs lain yang di-submit atau dimasukkan ke dalamnya.<sup>78</sup>

Informasi yang diberikan di media sosial ini bukanlah informasi – bisa teks, foto, atau video singkat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi itu berada.<sup>79</sup>

#### f. Wiki

*Wiki* atau media konten bersama merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. mirip dengan kamus atau

---

<sup>76</sup> Rulli Nasrullah, *Op.Cit*, h. 44

<sup>77</sup> *Ibid.*

<sup>78</sup> Dedik Kurniawan, *Kupas Tuntas Bisnis & Penghasilan Online*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 132

<sup>79</sup> Rulli Nasrullah, *Op.Cit*, h. 45



ensiklopedi, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya, ada kolaborasi atau kerja bersama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.<sup>80</sup> Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa *wiki* hanya menampilkan informasi mengenai pengertian, sejarah ataupun rujukan buku tentang satu kata tertentu, sehingga kurang efektif jika digunakan sebagai media dakwah di internet.

### 3. YouTube

*YouTube* sebagai seni berwawasan teknologi modern diawali dengan fenomena yang terjadi belakangan ini, dimana banyak sekali orang atau kelompok menjadi “ngetop” karena situs ini. *YouTube* menjadi sarana dimana banyak orang mengekspresikan diri dan kemampuannya.<sup>81</sup> Bukan hanya sampai disitu, banyak pencari bakat pun mempergunakan situs *YouTube* untuk mencari bakat-bakat tertentu yang dapat menghasilkan orang-orang atau kemampuan-kemampuan yang dapat dipasarkan kepada masyarakat. Hal ini tentu saja tidak salah dan sah-sah saja.

*YouTube* adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Menurut perusahaan

---

<sup>80</sup> *Ibid*, h. 46

<sup>81</sup> <http://journal.uniera.ac.id> (7 Agustus 2018)

penelitian Internet Hitwise, pada Mei 2006 *YouTube* memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Makin cepatnya akses internet dan murahnya piranti perekam video dianggap sebagai salah satu faktor yang membuat *YouTube* sangat populer.<sup>82</sup>

*YouTube* merupakan salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Media sendiri memiliki kegunaan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan<sup>83</sup> Dalam istilah komunikasi media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.<sup>84</sup>

*YouTube* adalah *video online* dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat, berbagi video yang asli dan dari segala penjuru dunia melalui suatu *web*. *YouTube* memudahkan orang untuk mengambil dan berbagi video klip melalui [www.YouTube.com](http://www.YouTube.com).<sup>85</sup> Orang dapat melihat semua kejadian dan hal-hal yang menarik serta hobi dengan cepat. Yang menarik, *YouTube* dapat membantu anda untuk menjadi seorang *broadcaster* masa mendatang karena melalui *YouTube* ini kita dapat mendokumentasikan segala kejadian yang ada, dan ini merupakan suatu latihan.

---

<sup>82</sup> Muh. Siswa. R, *Penggunaan YouTube Sebagai Electronic Public Relation*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 3, No 2, (2015) h. 18

<sup>83</sup> Azhar Asyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 3

<sup>84</sup> Hafied Cangara, *Op.Cit*, h. 137

<sup>85</sup> Dian Budiargo, *Berkomunikasi Ala Net Generation*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), h. 47

Informasi yang disampaikan di *YouTube* berbentuk video dan informasi itu sendiri merupakan sekumpulan data atau fakta yang diorganisasi atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima, maksudnya yaitu dapat memberikan pengetahuan atau keterangan. Dalam media yang menyampaikan informasi, *YouTube* tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Melalui *YouTube*, selain kita bisa mengupload video milik kita, tentunya kita juga bisa menyaksikan berbagai macam video menarik secara gratis. Video yang ada di *YouTube* umumnya berisi video dokumenter, video klip, film, dan masih banyak lagi.<sup>86</sup>

---

<sup>86</sup> Dominikus Juju dan Feri Sulianta, *Branding Promotion With Social Network*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 177

**BAB III**

**PERSEPSI MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN**

**ILMU KOMUNIKASI TERHADAP RETORIKA DAKWAH**

**USTADZ ABDUL SOMAD**

**A. Profil Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi**

**1. Sejarah Singkat Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung merupakan salah satu perguruan tinggi yang bernaung di bawah Kementerian Agama Republik Indonesia. IAIN Raden Intan Lampung berdiri berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama No. 187/68 Tanggal 26 Oktober 1968, dengan Nama IAIN al-Jamiah al-Islamiyah al-Hukumiyah Raden Intan Lampung. Seiring perkembangan zaman IAIN pada tahun 1995 diajukan pengusulan untuk pengembangan fakultas baru dengan usulan Rektor IAIN Raden Intan Lampung Nomor: IN/11/R/D/55/1995 Tanggal 13 Januari 1995. Sambil menunggu persetujuan usulan tersebut, Fakultas Dakwah dengan status persiapan negeri telah dibuka pada tahun 1989 berdasarkan izin operasional dengan SK Dirjen Bagais No. 30/E/1989 Tanggal 20 juli 1989.<sup>1</sup>

Berdasarkan usulan Rektor tersebut, kemudian terbitlah Surat Keputusan Dirjen Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor: E/109/1995 Tanggal 15 September 1995, tentang Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung. Seiring dengan terbitnya surat keputusan tersebut, secara resmi

---

<sup>1</sup> <https://dakwah.radenintan.ac.id/sejarah/> (14 Agustus 2018)

Fakultas Dakwah menjadi negeri, terdiri dari tiga jurusan yaitu; PPAI, Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), dan Manajemen Dakwah (MD). Pada tahun itu baru dua jurusan saja yang beroperasi yakni, PPAI dan PMI. Selanjutnya jurusan PPAI melebur menjadi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), perkembangan selanjutnya pada tahun 1998 jurusan Manajemen Dakwah (MD) mulai resmi beroperasi.<sup>2</sup>

Pada tahun 2000, jurusan KPI dan PMI Fakultas Dakwah mengajukan akreditasi, dan terbitlah Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 017/BAN-PT/1999-2000 tanggal 27 Desember 2000 dengan peringkat C. Peringkat tersebut memacu civitas akademik Fakultas Dakwah untuk bebenah diri dalam upaya meningkatkan kualitas.<sup>3</sup>

Kerja keras yang dilakukan membuahkan hasil dengan terakreditasinya jurusan-jurusan atau program studi Fakultas Dakwah mendapat peringkat B pada Tahun 2008 sesuai dengan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor : 032/BAN-PT/Ak-X/S1/1/2008 untuk jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.<sup>4</sup>

Akta Pendirian izin operasional Fakultas Dakwah tertuang dalam Surat Keputusan Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam Nomor: E/109/1995 tertanggal 15 September 1995. Pada tahun 2009 izin operasional Fakultas Dakwah telah diperbaharui dengan Surat Keputusan Dirjen PENDIS

---

<sup>2</sup>*Ibid.*

<sup>3</sup>*Ibid.*

<sup>4</sup>*Ibid.*

Nomor: Dj.I.197/2009 tanggal 14 April 2009 tentang izin operasional penyelenggaraan Program Studi. Nama Lembaga pendidikan tinggi Islam yang bernaung dalam Kementerian Agama Republik Indonesia sesuai dengan keputusan Direktorat Jenderal Keputusan Agama Islam Nomor: E/109/1995 tanggal 15 September 1995 bernama Fakultas Dakwah.<sup>5</sup>

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terletak setelah GSG (gedung serba guna), bersebelahan dengan Fakultas Syariah, serta berseberangan dengan Akademik Pusat dan Pusat Bahasa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.<sup>6</sup>

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagaimana Fakultas lainnya memiliki tugas pokok, yakni menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Tugas pokok yang mengacu kepada Tri Dharma Perguruan Tinggi tersebut merupakan fokus dan sekaligus sasaran dalam menetapkan arah kebijakan strategi, program dan kegiatan, baik di bidang akademik dan kemahasiswaan, administrasi umum, maupun di bidang kepegawaian dan keuangan.

Saat ini UIN Raden Intan Lampung sudah mempunyai empat Jurusan dalam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, yaitu prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Manajemen Dakwah (MD), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), dan Bimbingan Konseling Islam (BKI).

---

<sup>5</sup>*Ibid.*

<sup>6</sup>*Observasi Penulis*, pada tanggal 15 Agustus 2018

## **2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Visi fakultas Dakwah adalah Menjadi fakultas yang unggul dalam bidang pengkajian dan pengembangan teori serta ilmu dakwah.

Misi:

- a. Memberikan pelayanan optimal dalam pengkajian ilmu dakwah
- b. Menyiapkan sarjana dakwah dan ilmu komunikasi yang profesional dan berakhlak karimah
- c. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ilmu dakwah.<sup>7</sup>

## **3. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung**

Mahasiswa adalah panggilan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi disebuah perguruan tinggi. Mereka merupakan sebagian dari generasi muda Indonesia yang mendapat kesempatan untuk belajar dan mengasah kemampuannya di perguruan tinggi. Tentunya sangat diharapkan mendapat manfaat yang sebesar-besarnya dari pendidikan agar kelak mampu menyumbangkan kemampuannya untuk memperbaiki kualitas hidup bangsa.

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi merupakan fakultas yang mengutamakan materi Ilmu Dakwah yang menunjang kegiatan komunikasi dan dakwah. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung terdiri dari 4 jurusan, yaitu jurusan Komunikasi dan Penyiaran

---

<sup>7</sup> <https://dakwah.radenintan.ac.id/visi-misi-dan-tujuan/> (14 Agustus 2018)

Islam (KPI), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), Manajemen Dakwah (MD), dan Bimbingan Konseling Islam (BKI).

**Tabel.3.1.** Data Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung 2017/2018

No	Prodi	Tahun Angkatan					Total
		2018	2017	2016	2015	2014	
1	KPI	377	276	208	208	117	1.186
2	PMI	110	102	78	77	82	449
3	MD	295	203	115	104	90	807
4	BKI	287	116	109	133	113	758
Jumlah		1.069	697	510	522	402	3.200

Sumber: *Dokumentasi* Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi<sup>8</sup>

Data mahasiswa pada tabel di atas diperoleh dari dokumen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, yang didapat dari bagian akademik fakultas tersebut. Jumlah mahasiswa di atas adalah jumlah mahasiswa aktif pada tahun angkatan 2017/2018.

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung selain melakukan pembelajaran dikelas, mereka juga banyak yang mengikuti kegiatan organisasi, baik ekstra maupun intra. Ekstra itu sendiri merupakan organisasi yang berada diluar kampus, dan intra adalah organisasi yang ada di dalam kampus. Namun ada juga sebagian mahasiswa yang tidak mengikuti organisasi apapun.

---

<sup>8</sup> Dokumen Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Tahun 2018



## **B. Biografi Ustadz Abdul Somad**

### **1. Bografi Singkat Ustadz Abdul Somad**

Pada hari rabu, 18 Mei 1977 (30 Jumadil al-ulla 1314 Hijriah), di Pekanbaru, Riau, (sementara wikipedia menyebutkan lahirnya di Silo Lama, Asahan, Sumatra Utara, 18 Mei 1977), lahirlah ustadz somad.<sup>9</sup> Ustadz Abdul Somad lahir di lingkungan yang agamis, yang sejak masih sangat belia telah membentuknya menjadi orang yang mencintai agama dan orang tua.

Dalam sebuah ceramahnya dikisahkan penggalan kehidupannya. Waktu ngaji di kampung halamannya di sebuah surau tua, beliau diantar oleh orang tuanya dengan membawa satu kaleng berisi beras, dan orang tuanya berpesan dengan tegas kepada guru ngajinya “pukullah Abdul Somad ini dengan kayu rotan yang telah dibagi menjadi empat, saya rela dunia akhirat”.<sup>10</sup> Begitulah ketegasan didikan orang tua Abdul Somad yang sangat menghormati ilmu agama dan guru yang mengajarkan al-Quran pada anaknya.

Sejak di bangku sekolah dasar beliau dididik melalui sekolah berbasis pada Tahfizh al-Qur'an. Setelah tamat dari SD Al-Washliyah tahun 1990, layaknya orang Sumatera yang merantau dalam mencari ilmu, begitu pula yang dilakukan Somad ketika remaja. Beliau melanjutkan pendidikannya di MTS Mu'allimin al-Washliyah Medan yang jauh dari kampung halamannya, dengan jarak kurang lebih 729 km. Tamat MTS di tahun 1993. Rasa ingin

---

<sup>9</sup> Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Abdul Somad Ustadz Zaman Now*, (Jakarta: Mutiara Media, 2018), h. 8

<sup>10</sup> *Ibid.*

tahunya kuat membawanya untuk terus menuntut ilmu ke berbagai guru dan tempat. Sejak kecil beliau sudah ditempa menjadi ulama, yaitu guru mengaji al-Qur'an.<sup>11</sup>

Semenjak remaja, Somad suka beribadah, sampai melakukan ibadah haji diusia belia. Saat tengah menimba ilmu di MTs kelas 2, masih berumur 15 tahun, sekitar tahun 1992 beliau sudah berangkat haji. Ada cerita unik ketika belajar fikih di MTs Al-Washliyah. Dalam pelajaran fikih dikenal yang namanya fikih shalat, fikih puasa, fikih zakat, fikih haji, dan sebagainya. Ketika belajar fikih haji, gurunya kurang percaya diri mengajar. Alasannya, karena beliau sendiri belum pernah menunaikan haji, dan kebetulan di kelas itu ada muridnya yang sudah pernah menunaikan haji. Ya, dia adalah Abdul Somad. Karena itu, ketika belajar fikih haji, yang diminta mengajar adalah Abdul Somad. Gurunya ikut mendengar dan menyimak.<sup>12</sup>

Setelah tamat MTs Somad remaja meneruskan belajar di Pesantren Darul Arafah, Deli Serdang, Sumatera Utara selama satu tahun. Dalam pesantren tersebut beliau mendalami pelajaran fiqih, berkaitan shalat, puasa, zakat, dan haji. Pada pelajaran fiqih haji bersamaan beliau juga telah secara langsung mempraktikan ibadah haji sehingga beliau disuruh mengajar di kelas khusus kitab haji. Setelah tamat tahun 1993, wikipedia menyebutkan tahun 1994 Somad muda kembali ke Riau untuk menempuh pendidikan di Madrasah

---

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 9

<sup>12</sup> Tim Redaksi Qultummedia, *Ustadz Abdul Somad Ustadz Zaman Now*, (Jakarta: QultumMedia, 2018), h. 20-21

Aliyah Nurul Falah, Air Molek, Indragiri Hulu dan menyelesaikannya di tahun 1996.<sup>13</sup>

Setelah lulus dari Nurul Falah, Somad melanjutkan kuliah di UIN Suska Riau, namun hanya dua tahun (1996-1998). Kemudian beliau mengikuti tes beasiswa untuk studi di Universitas Al-Azhar. Sebulan kemudian, pengumuman kelulusan. Sementara waktu itu, sekitar 1998, akses untuk internet atau sms tak terjangkau. Dengan hati berdebar-debar, datanglah beliau untuk melihat pengumuman yang di tempel pada dinding, dibaca satu-persatu nama tersebut, dan *alhamdulillah* Somad bisa dikatakan mengalahkan 900-an orang lainnya yang mengikuti tes untuk mendapatkan beasiswa tersebut.<sup>14</sup>

Setelah dinyatakan lulus tes, Abdul Somad dan teman-temannya diharuskan mengikuti pelatihan bahasa Arab sebelum bertolak ke Mesir. Ia di haruskan mengikuti pelatihan di Jakarta, tempatnya di Yayasan Hadiqatun Najah, Jurang Mangu Timur. Abdul Somad berangkat pada bulan Juli dan mengikuti pelatihan selama dua bulan disana. Setiap hari Abdul Somad harus bergelut dengan pelajaran Bahasa Arab, mulai menghafal *mufradat* (kosa kata bahasa Arab), *muhadatsah* (percakapan). Sampai *nawu-sorof* (tatabahasa Arab).<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Op.Cit*, h. 10

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 11-13

<sup>15</sup> Tim Redaksi Qultummedia, *Op.Cit*, h. 56-57

Pada 5 September 1998 berangkatlah beliau ke kota Kairo, Mesir. Waktu sampai disana beliau melihat keindahan dari sungai nil yang menurutnya ternyata lebih indah ketimbang dari televisi, di TVRI. Begitu pula halnya Kuburan Firaun yang sebelumnya hanya bisa beliau lihat di koran, majalah. Ustadz Abdul Somad menikmati perjalanannya ke kota Kairo, sebuah kota yang katanya Parisnya Afrika. Namun harus diakui awal perkuliahannya, masuk dalam ruang kuliah di Al-Azhar, beliau stres. Dosennya orang Arab, bukunya bahasa Arab, bicaranya dengan bahasa Arab, yang bisa beliau dengar hanya assalamualaikum sementara yang lainnya tidak jelas.<sup>16</sup>

Begitulah awal perkuliahannya beliau stres berat, baik itu dalam kampus maupun diluar kampus. Sempat pula terbesit, ingin pulang kampung, tapi beliau takut dan malu karena sudah tasyakuran potong kambing dan mengundang tetangga-tetangga untuk pemberangkatannya, maka mau tidak mau harus belajar dan dijalani. Perjuangannya dalam menuntut ilmu tersebut akhirnya membuahkan hasil. Beliau mendapatkan gelar Lc-nya dalam waktu tiga tahun lebih 10 bulan.

Perjalanan perjuangan menuntut ilmunya berlanjut, sempat menuntut ilmu di Malaysia namun hanya sebentar tak selesai, lalu pada tahun 2004, kerajaan Maroko menyediakan 15 beasiswa bagi pendidikan S2 di Dar Al-Hadis Al-Hassania Institute yang setiap tahunnya menerima 20 orang murid

---

<sup>16</sup> Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Op.Cit*, h. 13

dengan rincian 15 orang Maroko dan lima orang untuk asing. Abdul Somad pun terpilih untuk masuk dalam kuota penerimaan 5 orang asing tersebut melalui jalur beasiswa S2 yang di selesaikannya dalam waktu satu tahun 11 bulan, dan mendapatkan gelar MA. Setelah menyelesaikan S2, beliau pulang kampung ke Indonesia pada umur 30 tahun. Umur yang lumayan sudah terbilang tua untuk menemukan kisah romantis sebuah cinta. Namun begitu beliau memiliki sebuah kata mutiara; “Jadilah kalian orang sukses terlebih dahulu nanti perempuan dan rezeki akan mengejar kalian”, begitu kata beliau di sela-sela ceramahnya.<sup>17</sup>

Setelah merantau mencari ilmu baik di dalam maupun di luar negeri, maka tiba saatnya mengabdikan ilmu yang didapatnya. Dengan ilmunya dan dakwahnya ustadz Somad mengabdikan ilmunya untuk masyarakat dan menyebarkan syiar Islam yang *rahmatat lil alamin*. Sebagai pendakwah yang berasal dari Pekanbaru, Riau, beliau sering mengulas berbagai macam persoalan agama, khususnya kajian ilmu hadis dan ilmu fikih. Beliau juga banyak membahas mengenai nasionalisme dan berbagai masalah yang paling diperbincangkan oleh kalangan masyarakat.

Selain berdakwah, beliau juga seorang pendidik, mengamalkan ilmunya di lingkungan akademisi, beliau seorang Dosen Bahasa Arab di Pusat Bahasa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Dosen Tafsir dan Hadis di kelas Internasional Fakultas Ushuluddin UIN Suska Riau dan Dosen

---

<sup>17</sup>*Ibid.* h. 17

Agama Islam di Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Azhar Yayasan Masmur Pekanbaru. Berkat kecerdasan serta kedalaman ilmu agamanya, beliau dipercaya menjabat sebagai anggota MUI Provinsi Riau, Komisi Pengkajian dan Keorganisasian (2009-2014), Anggota Badan Amil Zakat Provinsi Riau, Komisi Pengembangan (2009-2014), Sekretaris Lembaga Bahtsul Masa'il Nahdlatul Ulama Provinsi Riau (2009-2014).<sup>18</sup>

Kini ustadz Abdul Somad semakin aktif dalam memberikan ceramah agama Islam di berbagai pelosok di wilayah Indonesia. Dimulai dari memberikan dakwah agama melalui *YouTube*, nama ustadz Abdul Somad semakin dikenal oleh masyarakat setelah video-video ceramahnya menjadi *viral* di internet. Ceramah atau materi yang disampaikan mengenai agama Islam sangat berbobot, sesuai dengan kapasitas dirinya sebagai seorang ulama, da'i, sekaligus dosen agama Islam.

## **2. Karya Ilmiah Ustadz Abdul Somad**

Ustadz Abdul Somad selain seorang pendakwah dan pendidik, termasuk ulama penulis, penerjemah, dan penyadur yang produktif serta berkualitas tinggi dalam bidang fiqih, hadis, dan disiplin ilmu keislaman lainnya, di antara karya ilmiah ulama asal Riau ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Profil Ustadz Abdul Somad, [www.biografiku.com](http://www.biografiku.com), di akses pada 16 Agustus 2018

**a. Karya Ilmiah berupa Thesis**

Adapun karya ilmiah ustadz Abdul Somad yang berupa thesis adalah:

“Kajian terhadap para periwayat dalam kitab Shahih al-Bukhari, Shahih Muslim dan al-Muwaththa’ yang dinyatakan dha’if oleh Imam an-Nasa’i dalam kitab adh-Dhu’afa’ wa al-Matrukin”.<sup>19</sup>

**b. Karya terjemahan/ saduran**

Ustadz Abdul Somad juga banyak menerjemahkan buku-buku dari Timur Tengah yang memuat mengenai permasalahan seputar rumah tangga dalam Islam dan permasalahan lain dalam agama Islam, yakni sebagai berikut:

- 1) Perbuatan Maksiat Penyebab Kerusakan Rumah Tangga (Judul Asli: Al-Ma’ashi Tu’addi ila Al-Faqri wa Kharab Al-Buyut), Penulis: Majdi Fathi As-Sayyid. Diterbitkan Oleh Pustaka Al-Kautsar, Jakarta, Desember 2004. (Bahasa Arab-Indonesia)
- 2) 55 Nasihat Perkawinan Untuk Perempuan, (Judul Asli: 55 Nasihat li al-banat qabla az-zawaj), Penulis: DR. Akram Thal’at, Dar at-Ta’if, Cairo. Diterbitkan oleh Penerbit Cendikia Sentra Muslim-Jakarta, April-2004. (Bahasa Arab-Indonesia)
- 3) 101 Kisah Orang-Orang Yang Dikabulkan Doanya (Judul Asli: 101 Qishash wa Qishash li Alladzina Istajaba Allah Lahum Ad-

---

<sup>19</sup> Ni’amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Op.Cit*, h. 22

- Du'a', Majdi Fathi As-Sayyid. Diterbitkan oleh Pustaka Azzam-Jakarta, Desember 2004. (Bahasa Arab-Indonesia)
- 4) 30 Orang Dijamin Masuk Surga (Judul Asli: 30 al-Mubasysyarun bi al-Jannah), DR. Mustafa Murad, Dar al-Fajr li at-Turats, Cairo. Diterbitkan oleh Cendikia Sentra Muslim-Jakarta, Juli-2004. (Bahasa Arab-Indonesia)
  - 5) 15 Sebab Dicabutnya Berkah (Judul Asli: 15 Sabab min Asbab naz' al-Barakah), Penulis: Abu Al-Hamd Abdul Fadhil, Dar ar-Raudhah-Cairo. Diterbitkan oleh Cendikia Sentra Muslim-Jakarta, Agustus-2004. (Bahasa Arab-Indonesia)
  - 6) Indahnya Seks Setelah Menikah (Judul Asli: Syahr al-'asal bi la khajal), DR. Aiman Al-Husaini, Diterbitkan oleh Penerbit Pustaka Progresif, Jakarta, September 2004. (Bahasa Arab-Indonesia)
  - 7) Beberapa Kekeliruan Memahami Pernikahan (Judul Asli: Akhta' fi mahfum az-zawaj, Muhammad bin Ibrahim Al-Hamd. Diterbitkan oleh Penerbit Pustaka Progresif-Jakarta, September 2004. (Bahasa Arab-Indonesia)
  - 8) Sejarah Agama Yahudi (Judul Asli: Tarikh ad-Diyanah al-Yahudiyyah). Diterbitkan Oleh Pustaka Al-Kautsar, Jakarta, Desember 2009. (Bahasa Arab-Indonesia).<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 22-23



### c. Karya buku

Selain beberapa karya ilmiah di atas, ustadz Adul Somad juga menulis beberapa buku yang berkaitan dengan masalah-masalah di tanah air, di antaranya adalah:

1) 37 Masalah Populer (Tafaqquh, 2014)

Buku ini membahas tentang masalah populer yang ada dimasyarakat muslim. Seperti ikhtilaf dan mazhab, doa qunut pada solat subuh, dan masih banyak lagi.<sup>21</sup>

2) 77 Tanya Jawab Seputar Sholat (Zafana, 2013)

Dalam karya buku ustadz Abdul Somad ini jika diambil kesimpulan membahas tentang bagaimana tata cara solat yang benar, bagaimana bacaan solat yang benar dan lain-lain.<sup>22</sup>

3) 33 Tanya Jawab Seputar Qurban (Tafaqquh, 2009)

Dalam buku ini menjelaskan tentang penyelenggaraan ibadah qurban, mulai dari dasar hukum syar'i dan hal-hal praktis yang selalu menjadi pertanyaan seperti boleh tidaknya panitia qurban mengambil sebagian daging qurban sebelum di bagikan, dan lain-lain.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Abdul Somad, *37 Masalah Populer*, (Pekan Baru: Tafaqquh Study Club, 2015),

h.1

<sup>22</sup> Abdul Somad, *77 Tanya Jawab Seputar Sholat*, (Pekan Baru: Zafana, 2013), h. 3

<sup>23</sup> Abdul Somad, *33 Tanya Jawab Seputar Qurban*, (Pekan Baru: Tafaqquh Press, 2009), h. 9

4) Metode Takhrij Hadits (Suka Perss, 2013)

5) Bunga Rampai: 30 Fatwa Seputar Ramadhan (Tafaqquh, 2012)<sup>24</sup>

### 3. Metode Ceramah Ustadz Abdul Somad

Metode dakwah ustadz Abdul Somad adalah dakwah *bil-mauidhah* Hasanah yang sering diartikan dengan pelajaran yang baik, dipraktikan dalam bentuk cara ceramah keagamaan. Nasihat tentang kebaikan adalah kunci dalam metode dakwah yang dilakukan oleh beliau. Salah satu bentuk pemberian nasihat adalah dengan cara memberi ceramah keagamaan sebagai salah satu pengembangan konsep ini adalah pemberian materi yang sangat baik, dalam arti materi yang mendorong orang untuk melakukan kebaikan. Di antara pelaksanaannya adalah pelaksanaan pendidikan, baik secara klasikal maupun dalam bentuk sorogan, namun demikian konsep *mau'idhah hasanah* yang diterapkan beliau tidak sebatas pada ceramah keagamaan ataupun pembelajaran saja.<sup>25</sup>

Konsep yang dikembangkan ustadz Somad dalam berbagai bentuk kegiatan ceramah yang mendorong orang untuk dapat memahami sebuah materi atau permasalahan, sehingga mendorongnya untuk melakukan kebaikan-kebaikan. Misalnya dakwah ustadz Abdul Somad yang berkaitan dengan pelaksanaan atau penegakan hukum dalam masyarakat. Penegakan hukum secara tepat akan mendorong orang untuk berfikir secara matang

---

<sup>24</sup> 37 Masalah Populer, *Op.Cit*, h. 246

<sup>25</sup> Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Op.Cit*, h. 26

ketika akan mengambil sebuah tindakan. Islam memberikan sebuah rambu-rambu hukum yang adil bagi umat manusia.

Beliau menyampaikan materi nasihat dalam al-Qur'an dengan cara penceritaan tentang umat terdahulu dan dikaitkan dengan masalah yang terjadi di masyarakat. Cerita umat terdahulu sebagai sebuah sarana menyampaikan nasihat secara tidak langsung kepada umat manusia. Kisah tersebut mendorong manusia untuk berfikir tentang hidup dan kehidupan mereka. Adapun humor yang selalu diselipkan dalam dakwah ustadz Abdul Somad itu hanya spontanitas atau memang dari logat dan cara beliau menyampaikan bukan dibuat-buat. Memang terkadang bagian selipan guyon menjadi kontroversi ketika ada sebagian masyarakat kurang *sreg* atas dakwahnya yang bertemakan khilafah.<sup>26</sup>

Dalam setiap ceramah ustadz Abdul Somad selalu terdapat teknik *ethos*. *Ethos* yang berarti memiliki pengetahuan yang luas. Pengetahuan yang luas dapat diperhatikan dari sisi ceramah yang ustadz Abdul Somad sampaikan terutama tentang menjelaskan keadaan yang lalu dan masa sekarang, mengetahui kisah Nabi dan perjuangannya, dan masih banyak lagi pengetahuan beliau yang lain. Serta beliau dapat menjelaskan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, sehingga ini lah bukti bahwa

---

<sup>26</sup>*Ibid.*

ustadz Abdul Somad memiliki pengetahuan yang luas.<sup>27</sup> Dengan memiliki pengetahuan yang luas, ustadz Abdul Somad dapat menjawab pertanyaan mad'u nya dengan mudah dan didasari oleh Al-qur'an dan hadis.

### **C. Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media *YouTube***

Retorika dakwah merupakan salah satu cara seorang da'i agar dapat memikat mad'u untuk mengikuti apa yang disampaikan, dan menuju kearah yang lebih baik. Seperti ustadz Abdul Somad, seorang ustadz sederhana yang memiliki gaya berdakwah tersendiri sehingga banyak disukai oleh berbagai macam kalangan, salah satunya di kalangan mahasiswa.

Penulis telah melakukan wawancara terhadap beberapa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*. Adapun yang menjadi populasi disini adalah mahasiswa jurusan KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) dan PMI (Pengembangan Masyarakat Islam). Dan dalam menemukan sampel, penulis menggunakan teknik accidental yaitu secara kebetulan.

Adapun yang pertama bertemu dengan penulis secara kebetulan adalah Khayun Agung, mahasiswa jurusan KPI yang memiliki persepsi tentang retorika dakwah ustadz Abdul Somad, menyatakan bahwa:

---

<sup>27</sup> Rozita, Charlina, Mangatur Sinaga, *Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad*, JOM FKIP Vol. 5 No. 2, (2018), h. 9

“Menurut saya retorika dakwah ustadz Abdul Somad sangat bagus, sistematis, intonasinya juga pas. Tegas, lugas dan tidak monoton. Dan yang bikin saya tertarik itu karena dakwah beliau fleksibel, tidak memaksa dan ilmiah, kemudian ada dasarnya, enggak sembarangan menyampaikan informasi mengenai agama. Ceramahnya ndak monoton, menghibur tapi ndak banyak guyon, hujahnya dengan dasar dalil.”<sup>28</sup>

Dari penjelasan narasumber di atas, disimpulkan bahwa menurut Khayun Retorika dakwah yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad sangat bagus dan tersusun, gaya bahasanya mudah dipahami dan menyesuaikan. Dakwah beliau bersifat mengajak, akan tetapi tidak memaksa, juga setiap alasan yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad selalu ada dasar dalilnya.

Selain Khayun, penulis juga melakukan wawancara terhadap mahasiswa lainnya dan menanyakan hal yang sama, yaitu Renggom Puspita mahasiswa jurusan PMI, ia mengatakan bahwa:

“Gaya bahasa ustadz Abdul Somad itu menarik, kadang buat ketawa juga, tapi inti ceramahnya dapet. Kalau beliau ceramah itu ekspresif, dapet inti ceramahnya meskipun kadang beliau cepet ngomongnya, dan gak ngebosenin. Ya mungkin karena ada becandaannya, terus kalau ngasih contoh tuh mudah dipahami.”<sup>29</sup>

Dari penjelasan Narasumber di atas, disimpulkan bahwa menurut Renggom gaya bahasa ustadz Abdul Somad sangat menarik, ketika berceramah penuh dengan ekspresi, meskipun terkadang cara bicara beliau cepat namun inti ceramahnya tetap bisa di pahami serta terdapat humor di dalamnya.

---

<sup>28</sup> Khayun Agung, Wawancara Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Tanggal 15 Agustus 2018

<sup>29</sup> Renggom Puspita, Wawancara Mahasiswa Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Tanggal 15 Agustus 2018

Selanjutnya menurut Fia Ayu Handadari selaku mahasiswa jurusan KPI berpendapat bahwa:

“Retorikanya sangat bagus, sehingga lebih meyakinkan atas apa yang beliau sampaikan. Aku sukanya sih ya karena beliau tidak selalu serius. Gaya bahasanya juga enggak terlalu tinggi sehingga mudah dimengerti. Beberapa humornya saat ceramah itu segar dan tidak receh. Dan apa yang disampaikan itu sesuai dengan ajaran Allah. Dan yang aku suka lagi beliau itu sederhana, kadang ada kan ustadz yang banyak gaya, tapi kalau beliau itu enggak. Terus ustadz Abdul Somad itu ceramahnya santai tapi berbobot, dan kadang kalau ngasih contoh ada guyonannya, tapi pesannya tetep nyampe ke kita, jadi kita gak harus berpikir berat untuk mencerna pesan yang disampaikan oleh beliau.”<sup>30</sup>

Dari penjelasan narasumber di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa menurut Fia dengan menggunakan retorika yang sangat bagus, maka materi yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad tidak perlu diragukan lagi. Karena isi dari materi beliau sesuai dengan ajaran Al-qur'an dan hadis. Materi yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad juga mudah dipahami dan selalu diselengi dengan humor-humor yang menarik, namun tidak menyimpang dari materi yang disampaikannya.

Selain itu penulis juga mewawancarai mahasiswa yang jurusannya sama, yaitu Pasanda Agum Priyono mahasiswa jurusan KPI, menyatakan bahwa:

“Retorika ustadz Abdul Somad menurut saya sangat menyesuaikan dengan mad'u nya. Dan gaya berbicaranya sangat jelas sehingga mad'u bisa menangkap apa yang disampaikan oleh beliau. Ciri dari gaya berbicaranya juga beda dengan ustadz lainnya. Yang jikalau beliau berceramah membuat para mad'u nya terhibur dan tidak membosankan, sehingga ingin jumpa secara langsung untuk mendengarkan ceramah beliau. Yang membuat saya tertarik dengan ceramah beliau adalah beliau

---

<sup>30</sup> Fia Ayu Handadari, Wawancara Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Tanggal 20 Agustus 2018

menyesuaikan isi ceramahnya dengan mad'unya. Beliau juga membahas umum, seperti fikih, syariah, hakikat dan juga tauhid. Pesan yang disampaikan itu sangat sesuai, dan pesan dakwahnya juga membuat saya sangat terhibur jika menontonnya.”<sup>31</sup>

Hal tersebut juga diutarakan oleh Herca Yurike, mahasiswa jurusan PMI berpendapat bahwa:

“Menurut saya retorika dakwah ustadz Abdul Somad sangat merakyat sekali. Maksudnya gaya bahasanya menggunakan bahasa kita sehari-hari, jadi mudah di mengerti di berbagai kalangan, terutama masyarakat awam yang paham agamanya sedikit. Yang menarik dari dakwahnya Ustadz Abdul Somad menurut saya disaat menyampaikan dakwahnya ada sela-sela lawakan-lawakan yang memang terjadi di kehidupan kita sehari-hari, media yang dipakai juga tepat banget dan dengernya juga enggak jenuh. Gaya suara ustadz Abdul Somad juga lantang, terang, tegas, jelas dan simpel. Enggak banyak dramanya, dan ini ustadz idola yang paling ku suka.”<sup>32</sup>

Dari hasil wawancara kedua narasumber tersebut disimpulkan bahwa menurut pendapat Pasanda dan Herca memiliki inti yang sama, yaitu retorika dakwah ustadz Abdul Somad selalu menyesuaikan dengan keadaan mad'unya, mudah dipahami karena menggunakan bahasa sehari-hari, serta beliau memiliki suara yang lantang, tegas, dan jelas. Kemudian senada dengan pendapat mahasiswa yang lain, yaitu dakwah beliau selalu diselingi dengan humor yang membuat penontonnya tidak merasa bosan.

---

<sup>31</sup> Pasanda Agum Priyono, Wawancara Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Tanggal 20 Agustus 2018

<sup>32</sup> Herca Yurike, Wawancara Mahasiswa Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Tanggal 28 Agustus 2018

Kemudian penulis menggali lagi tentang persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media *YouTube*. Penulis mewawancarai Yosieana Duli Deslima, mahasiswa jurusan KPI berpendapat bahwa:

“Menurut saya retorika ustadz Somad itu menarik, cara beliau menyampaikan dan intonasi suaranya pun khas sekali, berkarakter dan lucu jadi enggak bosan nonton dakwah beliau. Materi dakwahnya juga aktual karena ya mungkin wawasan beliau luas, jadi dakwahnya dapat diterima oleh semua kalangan. Setiap ustadz pasti punya ciri khas masing-masing agar mudah dikenal. Nah beliau ini punya ciri khas tersendiri, beliau ini lucu, walau beliau tegas dalam berdakwah tapi ada unsur komedinya dalam menyampaikan dakwah, jadi tuh semua pada suka lihat dakwahnya ustadz Somad. Kalau ustadz lain seperti Hanan Attaki, beliau juga punya ciri khas sendiri, beliau lebih disukai muda mudi zaman sekarang karena gaya dakwah beliau itu bergaya muda, dengan membuat video sendiri dan di upload ke instagram, begitu. Jadi beliau juga mudah dikenal. Dan yang menarik dari gaya bahasa ustadz Somad yang khas itu, tidak gentar dan tidak takut untuk menyampaikan kebaikan walau banyak yang membenci beliau karena dakwahnya, tetapi beliau tetap berdakwah dan banyak yang mendukung beliau ini karena memang ustadz Somad yang sering disebut UAS ini cukup terkenal di media sosial *YouTube* ataupun media sosial lainnya, dan banyak yang menonton dakwahnya. Selain itu materi yang disampaikan oleh beliau juga terasa ringan dan langsung ke inti permasalahan, enggak terlalu banyak basa basinya.”<sup>33</sup>

Dari wawancara dengan narasumber di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa retorika ustadz Abdul Somad itu menarik. Beliau mempunyai ciri khas tersendiri dengan logatnya, suaranya yang berkarakter, dan meskipun tegas dalam berdakwah, beliau tetap menarik dengan humor yang disajikannya. Kemudian materi yang ia sampaikan aktual, tidak bertele-tele dan langsung ke

---

<sup>33</sup> Yosieana Duli Deslima, Wawancara Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Tanggal 28 Agustus 2018



inti permasalahan, serta tidak gentar dan tidak takut untuk terus menyampaikan kebaikan meski banyak yang membencinya.

Selanjutnya penulis masih terus menggali mengenai persepsi mahasiswa, dan kemudian mewawancarai Heru mahasiswa jurusan KPI, berpendapat bahwa:

“Menurut saya, gaya bahasa yang digunakan ustadz Abdul Somad mudah dipahami, logatnya khas, suaranya yang lantang, dan penjelasannya yang menurut saya mudah dipahami. Yang membedakan ustadz Somad dengan yang lainnya itu adalah ceramah beliau yang tidak monoton, karena setiap ceramahnya pasti diselingi dengan humor. Beliau juga sering membahas tentang isu yang masih segar yang ada di masyarakat. Dan yang membuat saya tertarik itu karena beliau sangat sederhana, juga logatnya yang khas, dan ya karena enggak ngebosenin. Terlepas dari semua itu beliau sangat tegas, cerdas, dan refrensial dalam setiap ceramahnya. Jadi setiap hal yang menjadi pertanyaan jamaahnya ia menjawab dengan dasar dalil yang kuat.”<sup>34</sup>

Hal tersebut juga diutarakan oleh Saefullah mahasiswa jurusan PMI mengatakan bahwa:

“Menurut saya retorika beliau itu tegas, jelas dan bisa diterima semua kalangan. Yang membedakan ustadz Abdul Somad dengan ustadz yang lain itu beliau ceramah bukan hanya berdasarkan dari Al-Qur'an dan hadis saja tapi dari ulama-ulama juga beliau sampaikan, dari buku-buku, dari sejarah pengalaman beliau yang berkaitan dengan dakwah beliau sampaikan, dan cara menyampaikannya beliau santai dibawa humoris jadi jamaah juga tidak tegang bisa santai mendengar ceramah beliau. Dan yang lebih menarik lagi karena wawasan ilmunya yang banyak dan penggunaan media yang tepat.”<sup>35</sup>

Dari kedua pernyataan narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa menurut Heru dan Saefullah, ustadz Abdul Somad memiliki gaya bahasa yang

---

<sup>34</sup> Heru, Wawancara Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Tanggal 10 September 2018

<sup>35</sup> Saefullah, Wawancara Mahasiswa Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Tanggal 10 September 2018

mudah dipahami, gaya suara yang khas, tegas, dan lantang. Senada juga dengan pendapat mahasiswa lainnya, yaitu teknik penyampaian ceramah beliau tidak monoton dan materinya pun tidak sekedar mengenai agama, namun membahas isu-isu yang masih hangat dikalangan masyarakat. Dan setiap menyampaikan materi ceramah selalu memiliki referensi yang kuat.

Kemudian menurut Arideri Rapita, mahasiswa yang sama jurusannya dengan narasumber sebelumnya, yaitu jurusan KPI mengatakan:

“Retorika ustadz Abdul Somad itu bisa dijadikan contoh untuk mahasiswa, khususnya Komunikasi Penyiaran Islam sebab mengapa retorikanya itu sangat luar biasa, jelas, bagus, mudah dipahami. Ceramah beliau lebih mudah dipahami, lebih kekinian, bahasa beliau juga menggunakan bahasa anak muda ya, maksudnya bahasa orang yang ya standar gitu, semua orang bisa memahaminya gitu. Orang terpendidik bisa, orang ilmiah bisa memahami, orang biasa-biasa juga bisa memahami gitu. Dakwahnya ustadz Abdul Somad itu menarik karena disetiap materi-materi yang disampaikan itu terdapat beberapa guyonan-guyonan dan contoh nyata atau contoh *real* yang bisa kita temui di hari-hari biasa atau dimasyarakat pada umumnya gitu.”<sup>36</sup>

Dari penjelasan narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah ustadz Abdul Somad bagus, jelas dan mudah dipahami baik untuk yang berpendidikan ataupun orang awam sekalipun. Isi ceramah yang disampaikan juga lebih modern dan terdapat contoh-contoh yang diambil dari kehidupan nyata. Retorika beliau juga dapat dijadikan contoh bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, karena memang prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam lebih menjuru untuk berdakwah.

---

<sup>36</sup> Arideri Rapita, Wawancara Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Tanggal 10 September 2018

**BAB IV**  
**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH**  
**USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA YOUTUBE**

Bab ini merupakan bagian yang membahas tentang analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian yang berjudul *Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media YouTube*. Yang menjadi sasaran disini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung tahun angkatan 2014 yang masih aktif di semester 8, meliputi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI). Alasan penulis mengambil judul tersebut dikarenakan ustadz Abdul Somad adalah seorang tokoh ulama Riau yang namanya menjadi terkenal melalui ceramahnya di media *YouTube*. Selain itu materi ceramah yang disampaikan oleh beliau sangat berisi, terinci, sistematis, agumentatif, dan secara umum mempresentasikan wajah Islam yang lebih moderat. Sehingga banyak masyarakat yang menyukai dakwahnya ustad Abdul Somad.

Berdasarkan paparan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat dilihat adanya persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad. Pada pembahasan ini akan di jelaskan pendapat yang di ungkapkan oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung terhadap retorika dakwah atau seni berbicara yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad dalam menyampaikan ceramah di media *YouTube*.

Retorika adalah tehnik atau seni berbicara yang telah penulis paparkan di bab II, dengan menggunakan retorika dalam berbicara, maka apa yang dikatakan oleh seorang komunikator atau da'i itu efektif, menyenangkan, memiliki daya tarik, mengesankan, mencapai tujuan secara jelas serta mengundang rasa simpatik pendengar, dengan begitu dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti apa yang telah disampaikan.

Bentuk komunikasi yang tampak dalam retorika adalah komunikasi kelompok atau komunikasi massa. Melalui komunikasi kelompok ini orang bisa melakukan retorika dalam bentuk khutbah, ceramah, dakwah, kampanye, kuliah, dan sebagainya. Melalui komunikasi massa orang bisa melakukannya dengan cara menulis buku, artikel pada koran atau majalah, ceramah di media elektronik, atau berbicara di depan umum.

Ceramah juga sering disebut dengan retorika dakwah. Retorika dakwah merupakan seni atau keterampilan menyampaikan ajaran Islam secara lisan untuk memberikan pemahaman yang benar kepada kaum muslimin, agar mereka dapat menerima seruan dakwah Islam. Dengan kata lain retorika dakwah dapat dimaknai sebagai pidato atau ceramah yang berisikan pesan dakwah, yaitu ajakan kejalan Allah. Ceramah dapat mengubah situasi dan kondisi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, menjadi situasi dan kondisi yang sesuai dengan ajaran Islam.

Dalam menyampaikan dakwah Islam, ustadz Abdul Somad tentunya memiliki materi dakwah, metode dakwah, dan media dakwahnya sendiri yang digunakan dalam mewujudkan keberhasilan dakwah. Wujud dalam penyampaian pesan dakwah tidak

hanya melalui lisan saja tetapi dapat juga melalui tulisan dan perbuatan. Bentuk penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh ustadz Abdul Somad yaitu secara lisan yakni disampaikan melalui suatu kegiatan kajian Islam, yang kemudian direkam dan disebarakan melalui media sosial, salah satunya yaitu media *YouTube*. Melalui dakwahnya di media *YouTube* inilah ustadz Abdul Somad banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Berdasarkan fakta yang telah penulis dapatkan sebelumnya, maka mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung memiliki persepsi atau tanggapan terhadap seni penyampaian materi dakwah ustadz Abdul Somad dari segi gaya bahasa, materi, dan gaya suara dalam berdakwah di media *YouTube*. Kesimpulan dari persepsi tersebut yakni:

1. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami

Seluruh sampel yang berjumlah 9 orang pada penelitian ini setuju bahwa dalam menyampaikan materi dakwah, ustadz Abdul Somad menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Hal itu ditegaskan oleh pendapat mahasiswa terhadap retorika dakwah beliau sebagaimana telah penulis paparkan dalam bab III, yaitu menggunakan bahasa sehari-hari dan menyesuaikan dengan mad'u nya.

Dengan menggunakan bahasa yang bagus, tersusun, fleksibel, maka materi ceramah yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad dapat mempengaruhi mad'u untuk mengikuti apa yang beliau sampaikan. Mempengaruhi mad'u dengan gaya bahasa yang mudah dipahami masuk ke dalam teknik retorika

pesuasif seperti yang telah penulis paparkan dalam bab II, yakni bersifat mempengaruhi pendengar melalui pendekatan psikologis.

Dalam menyampaikan materi ceramah ustadz Abdul Somad menggunakan bahasa yang variatif, sehingga tidak terkesan monoton. Seperti dalam memberikan contoh ketika sedang berdakwah, beliau selalu mencontohkan apa yang pernah di alami pada masyarakat atau mencontohkan dari dirinya sendiri. Dengan menjadikan dirinya sendiri sebagai contoh, maka tidak membuat mad'u merasa bosan dan cepat untuk memahami apa yang dicontohkan oleh beliau.

Dengan memiliki kemampuan dalam mengolah kata ataupun bahasa menjadi bahasa yang bagus, sistematis, tidak monoton, tidak membosankan, dan mudah dipahami, maka ustadz Abdul Somad mampu membius ataupun mempengaruhi masyarakat untuk terus mengikuti kegiatan dakwah yang dilakukan olehnya.

## 2. Memiliki artikulasi yang jelas

Dari keseluruhan sampel yang berjumlah 9 orang pada penelitian ini, beberapa sampel berpendapat bahwa ustadz Abdul Somad dalam menyampaikan materi dakwah memiliki artikulasi yang jelas. Artikulasi memiliki arti lafal atau pengucapan, seperti suara yang tegas, lugas, jelas, dan terang. Dengan memiliki artikulasi atau pelafalan yang jelas, maka materi dakwah yang di sampaikan oleh ustadz Abdul Somad dapat di dengar oleh mad'u dengan baik.

Selain itu, ustadz Abdul Somad juga memiliki intonasi atau logat yang khas dalam memberikan humor atau guyonan-guyonan kepada mad'u nya.

Biasanya ustadz Abdul Somad dalam berhumor selalu menggunakan logat daerah asalnya, yaitu logat melayu sehingga membuat para mad'u tertawa. Namun humor yang dilontarkan oleh ustadz Abdul Somad dalam sela-sela ceramahnya tidak pernah menyimpang dari materi yang sedang ia sampaikan.

Humor dalam ceramah masuk ke dalam teknik retorika rekreatif, yaitu menghibur mad'u tanpa ada informasi atau untuk mempengaruhi yang disampaikan, melainkan melepaskan ketegangan, menggairahkan suasana, atau sekedar memberikan selingan yang enak setelah rangkaian acara yang melelahkan agar tidak bosan maka dibuatlah humor agar orang tertawa.

Dalam berhumor, ustadz Abdul Somad menggunakan intonasi atau gaya suara yang pas dengan tinggi rendahnya suara, dan jeda yang tepat. Sehingga mad'u yang mendengar merasa terhibur dengan guyonan-guyonan yang dimunculkan oleh beliau.

Dari guyonan tersebut maka beberapa mahasiswa berpendapat bahwa gaya suara ustadz Abdul Somad dalam menyampaikan pesan dakwah masih sangat khas dengan logat dari daerah asalnya dan dianggap tidak monoton, sehingga tidak membuat mad'u nya merasa bosan dengan apa yang disampaikan oleh beliau, serta inti ceramahnya tetap dapat.

### 3. Materi yang disampaikan mudah dimengerti dan menarik

Berdasarkan fakta yang ada di lapangan, mahasiswa memiliki persepsi atau pendapat bahwa materi yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad mudah dimengerti. Persepsi terkait materi yang mudah dimengerti dikarenakan ustadz

Abdul Somad memiliki kemampuan retorika yang baik dalam penyampaian materi ceramahnya.

Materi yang mudah dimengerti ini masuk kedalam formula segitiga retorika yang terdapat dalam teknik persuasif yaitu *logos*, yang memiliki arti argumen yang menarik dari sisi logika. Maksudnya materi yang disampaikan haruslah akurat dan tidak membingungkan. Begitupun dengan ustadz Abdul Somad dalam menyampaikan materinya menggunakan bahasa yang sederhana dan menyesuaikan dengan mad'u nya. Materi yang disampaikan oleh beliau juga tersusun, sehingga mad'u nya mudah untuk mengerti.

Dalam memberikan contoh ketika berceramah, ustadz Abdul Somad menggunakan teknik *logos*, yaitu mencontohkan dengan isi yang menarik dan mudah dimengerti dari sisi logika, materi yang disampaikan juga tepat dan tidak membingungkan, informasi yang mendalam namun mudah dimengerti.

Salah satu sebab mengapa materi dakwah yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad mudah dimengerti yaitu karena beliau selalu memperhatikan irama suara. Dalam ceramahnya, beliau mampu mempergunakan tinggi rendahnya suara, keras dan tidaknya suara berdasarkan penghayatan materi. Serta mampu meletakkan jeda pada bagian tertentu sehingga mad'u memahami isi ceramah apa saja yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad. Dengan mengatur cepat lambatnya suara, sangat berpengaruh bagi mad'u, karena jika suara yang dikeluarkan terlalu keras, lambat, atau bahkan terlalu cepat, maka akan sulit bagi mad'u dalam memahami isi ceramah yang disampaikan.



Selain dari pada itu, materi yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad juga menarik. Karena materi ceramah yang disampaikan oleh beliau tidak hanya persoalan agama, namun masalah dalam kehidupan sehari-hari yang terjadi dimasyarakat. Serta pemilihan media yang mendukung dan tepat juga membuat mad'u atau khalayak tertarik dan memudahkan untuk menonton ceramah ustadz Abdul Somad.

Keberadaan sebuah media juga sangat mempengaruhi keberhasilan dalam suatu kegiatan berdakwah. Media yang termasuk dalam komponen yang ada di dalam dakwah tentu sangat membantu dalam mengoptimalkan penyampaian suatu materi dakwah.

Berdasarkan fakta yang telah penulis dapatkan sebelumnya, mengenai media dakwah yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad mahasiswa memberikan persepsi atau pendapat bahwa pemilihan media yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad sangat mengikuti kemajuan teknologi sehingga sangat membantu dalam menunjang keberhasilan dakwah beliau.

Keberadaan media tersebut adalah hal yang tepat, karena media yang digunakan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini. Karena masyarakat pun dalam kesehariannya tidak terlepas dari teknologi-teknologi yang ada seperti internet dan televisi sehingga hal tersebut adalah hal yang tepat.

Oleh sebab itu, seorang da'i harus menguasai retorika agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh mad'u yang mendengarkan, sebagaimana tujuan dari retorika dalam berdakwah adalah mengutarakan pesan dakwah lewat bahasa lisan dengan menganjurkan mad'u mengikuti ajaran Islam agar mad'u lebih paham dan lebih berkesan, untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh seorang da'i.

Seorang da'i memulai ceramahnya dengan mengajak, menghimbau mad'u nya dengan cara yang santai dan ceria dalam menyampaikan materi yang akan disampaikan agar menarik perhatian mad'u. Apabila seorang da'i mengawali dakwahnya dengan bahasa yang lembut, baik, dan indah, maka mad'u akan menerima pesan yang disampaikan oleh da'i.

## BAB V

### KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang Persepsi Mahasiswa terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media *YouTube*, dapat diambil kesimpulan sebagai hasil analisis data yang telah penulis lakukan berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah.

Bahwa menurut pendapat mahasiswa retorika dakwah ustadz Abdul Somad jika dilihat dari segi gaya bahasa menggunakan bahasa yang mudah dipahami, seperti bahasa sehari-hari. Bahasa yang digunakan juga tidak berbelit-belit, menggunakan bahasa yang bagus, sistematis, tidak monoton, dan menyesuaikan dengan mad'u nya. Sedangkan jika dilihat dari segi gaya suara ustadz Abdul Somad masih khas dengan logat daerah asalnya yaitu logat melayu, walaupun masih kental dengan logatnya, artikulasi atau pelafalannya dalam menyampaikan dakwah jelas, tegas, lantang, serta mampu menyesuaikan tinggi dan rendahnya suara. Sehingga apa yang disampaikan oleh beliau mudah untuk dimengerti dan di pahami.

Dan dalam berdakwah, ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa teknik retorika, yaitu teknik *persuasif* yang berarti dapat mempengaruhi orang lain melalui psikologis, *rekreatif* yaitu menghibur khalayak atau mad'u dengan humor-humor yang segar, dan *logos* yang berarti meyakinkan khalayak melalui

logika. Dengan menggunakan ketiga teknik ini, maka ustadz Abdul Somad mampu membius khalayak oleh pesan dakwah yang disampaikan olehnya.

## **B. Saran**

### **1. Saran Akademis**

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa/i yang melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian selanjutnya.

### **2. Saran Praktis**

Saran untuk ustadz Abdul Somad diharapkan untuk terus senantiasa menyebarkan dakwah Islam dan menggunakan retorika dakwah yang lebih baik agar bermanfaat dan dapat dicontoh oleh penerus para pejuang Islam.

### **3. Saran Umum**

Kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung agar lebih rajin menonton video-video dakwah Islam khususnya video dakwah ustadz Abdul Somad, serta dapat mempelajari retorika dakwah yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad.

### **C. Penutup**

Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan jasmani dan rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari yang diharapkan, namun penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar dapat tercapai tujuan yang sebaik-baiknya. Oleh karena itu kritik dan saran bimbingan yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tulisan skripsi ini.

Selain itu penulis mengharapakan semoga tulisan ini memberikan sumbangan pemikiran dan menambah ilmu pengetahuan. Kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis haturkan ucapan terima kasih dan memohon do'a semoga Allah SWT berkenan memberikan pahala berlipat ganda disisi-Nya. Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Retorika Dan Dakwah Islam*. Jurnal Dakwah. 2009.
- Abidin, Djamal. *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*. Jakarta: Gema Insani Pers. 1996.
- Achmadi, Abu dan Cholid Narbuko. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Remaja Rosdakarya. 2013.
- Angel. *Tip Dan Trik Mengoptimalkan Microblogging*. Jakarta: Bukune. 2010.
- An-Nabary, Fathul Bahri. *Meniti Jalan Dakwah*. Jakarta: Amza. 2008.
- Apipudin, Reza Pahlevi. *Pesan Persuasif Dalam Kutipan Langsung Pada Buku "Hikayat Pohon Ganja" Karya Tim LGN*. eJournal Ilmu Komunikasi. 2015.
- Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 1993.
- Asyad, Azhar. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2012.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media Group. 2004.
- Budiargo, Dian. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2015.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2007.
- Dewi, Firiana Utami. *Public Speaking*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2013.

- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2005.
- Emzir. *Metode Penelitian Kualitaif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010.
- Hadi, Sutrisno. *Metode Research*. Jakarta: Adi Offset. 1991.
- Hasanuddin, A.H. *Rethorika Da'wah & Publistik Dalam Kepemimpinan*. Surabaya: Usana Offset Printing. 1982.
- Hendrikus, Dori Wuwur. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius. 1991.
- Herlanti, Yanti. *Pemanfaata Media Sosial Pada Pembelajaran Sains Berbasi Isu Sosiosaintifik Untuk Mengembangkan Keterampilan Beragumentasi Dan Literasi Sains*. Bandung: Pasca Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia. 2014
- Hikmat, Mahi M. *Metode Penelitian; Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Hutman, Prio, Ilyas Ismail. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana Frenada Media Group. 2011.
- Irwanto. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Prehallindo. 2002.
- Jaswadi, Sahroni A Dan Kholid Noviyano. *Gaya Retorika Da'i Dan Perilaku Memilih Penceramah*. Jurnal Komunikasi Islam. 2014.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju. 1996.
- Kementrian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Bandung: Syaamil Quran. 2012.
- Kriyanto, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Kurniawan, Dedik. *Kupas Tuntas Bisnis & Penghasilan Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2010.
- Linda, Davidoff. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga. 1988.

- Maarif, Zainul. *Retorika Metode Komunikasi Public*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2010.
- Mahmud, Dimyati. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: BPFE. 1990.
- Martha, I nengah. *Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang*. PRASI. 2010.
- Mubarok, Achmad. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Firdaus. 1997.
- Muchsin, Faizah. *Psikologi Dakwah Cet 3*. Jakarta: Prenada Media Group. 2012.
- Munir, M. *Metode Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana. 2009.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015.
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajahmada Universitas Pers. 2013.
- Prasetyo, Kurniawan. *Membuat Blog Menggunakan Wordpress*. Jakarta: Elex Media Kmputindo. 2007.
- R, Muh. Siswa. *Penggunaan Youtube Sebagai Elektronik Public Relations*. eJournal Ilmu Komunikasi. 2015.
- Rafanani, Been. *Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara*. Yogyakarta: Araska. 2017.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 1996.
- \_\_\_\_\_. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007.
- \_\_\_\_\_. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2014.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010.



- S, Alo Liliweri M. *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna Ed. I, Cet. I*. Jakarta: Kencana. 2011.
- S, Sudarma & Jarot S. *Buku Super Pintar Internet*. Jakarta: Transmedia. 2012.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang. 1976.
- Sinaga, Mangatur, Rozita Charlina. *Retorika Ustadz Abdul Somad*. JOM FKIP. 2018.
- Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2008.
- Somad, Abdul. *37 Masalah Populer*. Pekanbaru: Tafaquh Study Club. 2015.
- \_\_\_\_\_. *77 Tanya Jawab Seputar Sholat*. Pekanbaru: Zafana. 2013.
- \_\_\_\_\_. *33 Tanya Jawab Seputar Qurban*. Pekanbaru: Tafaquh Press. 2009.
- Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2003.
- Sulianta, Feri dan Dominikus Juju. *Branding Promotion With Socia; Network*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2010.
- Suprayogo, Imam dan Tabroni. *Metodelogi Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2003.
- Tim Redaksi Qultummedia, *Ustadz Abdul Somad Ustadz Zaman Now*. Jakarta: QultumMedia. 2018.
- Triono, Dwi Condro. *Ilmu Retorika Untuk Mengguncangkan Dunia*. Yogyakarta: Irtikaz. 2010.
- Umam, Khaerul. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia. 2010.

Walgito, Bimo. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi. 1999.

\_\_\_\_\_. *Pengantar Umum Psikologi*. Yogyakarta: Andi Offset. 2010.

Watie, Erika Dwi Setya. *Komunikasi Dan Media Sosial*. THE MESSENGER. 2011.

Wibowo. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.

Ya'qub, Hamzah. *Publikasi Islam*. Bandung: Diponegoro. 1992.

Yusuf, Muhammad & Ni'amul Qohar. *Abdul Somad, Lc.MA Ustadz Zaman Now*. Yogyakarta: Mutiara Media. 2018.

#### **Sumber Lain:**

<http://dakwah.radenintan.ac.id> (14 Agustus 2018)

<http://globalwebindex.com> (7 Agustus 2018)

<http://journal.uniera.ac.id> (7 Agustus 2018).

<https://steemit.com/aceh/@hafid/rekam-jejak-retorika-dan-dakwah-ustadz-abdul-somad-lc-ma> (1 Juli 2018)

<https://tipsmotivasi.com/2012/09/22/teori-persuasi-formula-segitiga-retorika/>  
(5 Oktober 2018)

<http://www.slideshare.net/mobile/DhoennyNgerusuk/retorika-dakwah> (15 Juli 2018)

[www.youtube.com/tafaqquhvideo](http://www.youtube.com/tafaqquhvideo) (25 Juli 2018)